

المطلب الأول" أساليب قياس رضا الزبون عن جودة خدمات النقل لقد تعددت أساليب قياس رضا الزبون، وقياس الحصة السوقية يأخذ بعين الاعتبار عدد الزبائن الموزعين بين المتنافسين، 7. معدل الوفاء: إن تقديم المؤسسة لخدمات ذات جودة قابل توقعات الزبائن أو تفوقها يؤدي حتما إلى رضاهم عن هذه الخدمات والمؤسسة بصفة عامة، فكلما زاد عدد الشكاوى قل مستوى الرضا وهذا ما يدل على وجود علاقة عكسية بينهما، المطلب الثاني: علاقة تطوير خدمات النقل في تحقيق رضا الزبون إن عملية تطوير الخدمة تساهم بشكل كبير في تحقيق وإشباع رغبات الزبون إذا تمت وفق معايير مناسبة تراعى فيها احتياجات الزبون، 1. اثر الدليل المادي على رضا العميل: يمكن القول أن الدليل الأساسي والدليل المحيط مقترنين بالجهود الترويجية والعلاقات العامة والحملات الإعلانية هي من بين الطرق الأساسية التي تستطيع من خلالها المؤسسة أن تخلق صورة عنها وتحافظ عليها، بحيث تلجأ المؤسسات إلى العناصر التالية بغية التغلب على صعوبة عدم ملموسية الخدمة وهي كالتالي: لذلك فإن المؤسسات التي تحاول تحويل الخدمات الغير الملموسة إلى خدمات ملموسة عليها قبل أن تعمل ذلك التأكد مما يلي: لذا سنحاول فيما يلي إبراز أثر كل بعد من أبعاد جودة خدمة النقل على رضا الزبون: كما تساعد أيضا على تكوين الانطباعات لدى الزبائن عن المؤسسة والخدمات التي تقدمها كما أن المؤسسات الخدمية تحاول استخدام الدلائل المادية أو العناصر الملموسة لتقوية المغزى في منتجاتها غير الملموسة ومن اهم العناصر الداخلية والخارجية للبيئة المادية التي لها دور في كسب الرضا ملخص فيما يلي: إلخ شكل وتصميم البناء المداخل إلخ مما يتوجب على مقدم الخدمة القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن والاستجابة لشكاويهم، وترتبط هذه المشاعر التي يحملها مقدم الخدمة اتجاه الزبائن ارتباطا وثيقا بخبراته،