

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1: Czym jest jakość usług?	9
Rozdział 2: Atrakcyjność jakości w odbiorze klientów	25
Rozdział 3: Jakość a sukces firmy	37
Rozdział 4: Pomiar doświadczeń klientów	49
Rozdział 5: Metoda zdarzeń krytycznych	69
Rozdział 6: Metoda tajemniczego klienta	81
Rozdział 7: Pomiar procesów usługowych	93
Rozdział 8: Mapa jakości P/P	107
Rozdział 9: Lean Service	119
Rozdział 10: Kultura organizacyjna firmy usługowej	147
Bibliografia	161