

Spis treści

Wprowadzenie	5
--------------------	---

Rozdział 1

Kształtowanie relacji z klientami przez przedsiębiorstwo	9
1.1. Warunki funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw	9
1.2. Współczesna koncepcja marketingu – charakterystyka	16
1.3. Pojęcie i istota zarządzania relacjami z klientem (CRM)	26
1.4. Paradygmat wartości w CRM	35
1.5. Korzyści i zagrożenia realizacji CRM w przedsiębiorstwie	40
1.6. Zasady CRM	53
1.7. CRM a wybrane aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa	59

Rozdział 2

Kapitał społeczny przedsiębiorstwa	77
2.1. Pojęcie i koncepcja kapitału społecznego	77
2.2. Pomiar kapitału społecznego	96
2.3. Kształtowanie kapitału społecznego przedsiębiorstwa	103
2.4. Zaufanie jako ważny element kapitału społecznego	105
2.4.1. Ujęcia istoty zaufania a teoria kapitału społecznego	106
2.4.2. Budowanie zaufania przez przedsiębiorstwo	115
2.4.3. Metody i narzędzia oceny poziomu zaufania	118
2.5. Kapitał społeczny a realizacja zasad CRM	123

Rozdział 3

Kapitał społeczny przedsiębiorstwa w kształtowaniu relacji z klientami

w świetle wyników badań empirycznych	139
3.1. Badania jakościowe	139
3.1.1. Przypadek przedsiębiorstwa I	140
3.1.2. Przypadek przedsiębiorstwa II	143
3.1.3. Przypadek przedsiębiorstwa III	146
3.1.4. Wnioski z badań jakościowych	150
3.2. Struktura związku kapitału społecznego z realizacją CRM	155
3.3. Synteza wyników badań	169
3.4. Rekomendacje praktyczne	174
3.5. Model wykorzystania kapitału społecznego przedsiębiorstwa w realizacji CRM . .	176

Zakończenie	181
------------------------------	------------

Załączniki	185
-----------------------------	------------

A: Metodologia badań	185
--------------------------------	-----

B: Narzędzia badawcze	188
---------------------------------	-----

– „Standardowa lista pytań do wywiadu swobodnego: Kapitał społeczny przedsiębiorstwa w realizacji zasad filozofii CRM”	188
--	-----

– „Kwestionariusz diagnozy kapitału społecznego przedsiębiorstwa wykorzystywanego w relacjach z klientami”	191
--	-----

– „Kwestionariusz oceny stosowania zasad filozofii CRM”	192
---	-----

Bibliografia	197
-------------------------------	------------