



Nanami Patel

:

Nanami Patel

Table of Contents

1	4
.....	4
.....	4
:	5
.....	5
:	5
.....	5
.....	6
.....	6
:	6
2	7
.....	7
.....	7
.....	8
.....	8
.....	8
.....	9
.....	9
.....	9
.....	9
.....	10
3	11
.....	11
.....	11
.....	12
.....	12
.....	12
.....	12
.....	12
.....	13
.....	13
.....	13

4	14
:	14
:	14
.	14
.	15
.	15
.	15
.	16
.	16
.	16
.	16
.	16
.	17
5	18
.	18
.	18
.	19
.	19
.	19
.	19
.	19
.	20
.	20
.	20
.	20
6	21
:	21
.	21
.	22
.	22
.	22
.	22
.	22
:	23
7	24
.	24
.	24
.	25
.	25
.	25
.” ”	25
.	26
.	26
.	26
.	26

8	27
.....	27
.....	27
.....	28
.....	28
.....	28
.....	28
.....	29
.....	29
.....	29
9	30
.....	30
.....	30
.....	31
.....	31
.....	31
.....	31
.....	32
.....	32
10	33
.....	33
.....	33
.....	34
.....	34
.....	34
.....	34
.....	34
.....	35
.....	35
.....	35
.....	35
11	36
.....	36
.....	36
.....	37
.....	37
.....	37
.....	37
.....	37
.....	38
.....	38

Chapter 1

...
...
...
...
...
...

...
...
...
...
...
...

...
...
...
... 2010 2018 .
...
...
... ” ” .

:

. . .

. . . .

. . .

:

.

. . .

(Personas) . .

:

. .

:

1. : 32 . .

2. : 45 . .

. .

.

:

. .

. . .

.

. . .

. . .

. .

. . .

.

.

. . .

.

. . .

• • •

• • •

• • •

• • •

• • •

• • •

• •

• • •

• • •

• • • •

• • •

• • • • •

• •

• • •

•

• :

• - • • • •

• - • •

• - • •

• - • •

• - • •

• • •

Chapter 2

...
" " . . " " .
" " . .
.
" " .
" " .
.
.

...
.
.
.
.
.
.
.
.

...
.
1. : .
2. : .
3. : .
4. : .

5. : .

. .

. .

.

. .

: .

:

1. : . . .

2. : . . .

3. : . . .

4. : . . .

5. : . . .

. .

. . . .

. .

. . . .

. . . .

. .

. . . .

. . . .

. .

:

1. : . 2. : . . . 3. : . . . 4. : . . 5. : . .

. . . .

. . . .

..

..

.. - .

..

..

.

..

.. - . .

.. - - .

..

.. .

.. .

.. é .

..

.. .

.. .

.. .

.. .

..

.. .

..

..

.. .

..

. .

. . .

. .

.

. .

. . .

. .

” ” .

Chapter 3

..

- ...
- ...
- ...
- ..
- ..

..

- ...
- ...
- ..
- ..
- ..
- ..

..

- ”” ” ” (Customer Obsession) . ”Dash Buttons” .
- . :
- 1. : . SWOT .
- 2. : . .
- 3. : . .
- 4. : . .
- ..

...
:
1. : ...
2. : ...
3. : ...
4. : ...
5. : .
...

...
”” ...
...
...
...
...
...

...
...
...
...
...
...

...
...
...
...
...

..
..

..
.....
. (CRM) ..
..
..
..

...
. (KPIs) ..
...
...
..
..
...

., ...
...
...
...
..
..

Chapter 4

. . .
 . . .
 . .
 . .
 . les .
 . .

:

. . .
 " " " " . .

 . . .
 . .

:

. . .
 . . .
 . .
 . .
 . .
 . .

. . .

. . .
: ”” 35 . ”” 50 . .

. . .
. .
. . .

. .

. . .
. .
. .
. .
. .
. . .

.

. .
. .
:
1. . . . 2. . . . 3. . . . 4. . . .
. .
. .

. . . .

. . . .
. . . .
.
.
.

...

 ...
 ...
 ..

...
 ..
 :..
 ..
 :..
 ..
 ..

...
 ...
 ...
 .. ”” .
 ...
 ..
 ...!

...
 ...
 :
 1. : .
 2. : .

3. : .

4. : .

. . .

.

. .

. :

. .

. .

. .

. .

. .

Chapter 5

..
...
.....
..
..
...

....
:
:.....
:....
:....
:..
....

..
...:,,
..
1. : .
2. : . .
3. : .
4. $\beta + \frac{1}{T} \ln Z$; $T \frac{d \ln Z}{dT}$; f .
...

. . .
.
" " . " " " " . . .
.
. . .
.

.
.
.
.
.
.

. .
.
.
.
.
.

. .
.
.
.
.
.
.

. , . .
 . - - . .
 . .
 . .
 . .
 . .

. (CRM) . .
 . .
 . . .
 . . .
 bl . . .
 . .

. .
 . - - . .

 . .
 . .
 . . .

. . .
 . . .
 . . (CRM) .
 . .
 . . .
 . .

Chapter 6

. . (KPIs) .
 . (NPS) . KPIs .
 . . .
 KPIs . .
 . KPIs . . .
 . . .

:

. . .
 . .
 . .
 . . .
 . . .

. . .
 . .
 :
 1. : ” ” (QSU) . .
 2. : (CXSI) .
 3. : (NPP) .
 :
 - . - . - .
 . .
 . .

. . .
 . . .
 . . .

 . . .
 . . .

(KPIs) . .
 . .
 . .
 . .
 . .
 . .
 . .

 . . .

. . .
 . .

 . . .
 . .
 . .

. . .
 :

 . . .
 . .

..

:

- . .

. . .

. . .

. .

. .

.

Chapter 7

. . .
:
. . " " .
. .
. . .
. . .

. . .
. . : .
. . .
. . .
" " " " .
. . . .

. . .
. . .
. . .
: . .
. .
. .
. . .

. . .

. . . .
. . . .
. . . .
. . . .

. . .

. . . .
. . . .
. . . .
. . . .
. . . .
. . . .

. . .

. . . .
. . . .
. . . .
. (eye-tracking) .
. . . .
. . . .

” ”

: . . .

. . . .
:
1. : . . .
2. : . . .
3. : . . .

4. : .

5. : . .

. .

. . .

. . . .

. . .

. . . .

. . .

. . .

. . . .

. . .

. . .

Über . . Über .

. . .

. . .

(KPIs) . (CES) (CSAT) (NPS) . .

. . .

. . .

. . .

. . .

. .

:

. . .

. ” ” . .

— . — . .

. . .

Chapter 8

...

..

...

...

...

..

..

..

...

..

...

..

..

..

..

...

1. : . . .

2. : . . .

3. : . . .

4. : . . .

5. : . . .

6. : . . .

. . . .

. . . .

. . .

. (CRM) .

(E-Learning) (Blended Learning) . .

. () .

.

. . . .

. . . .

. . .

” ” . . .

. . .

.

. . .

.

:

1. : . . .

2. : . . .

3. : . . .

4. : . . .

5. : . . .

. . . .

.

. . . .

“ ” .

. .
. .
. .
. .

. . .

. .
. .
. ” ” . .
. .
. .
. .

. . .

. . .
. .
. .
”” (Specific Measurable Achievable Relevant Time-bound). . , .
. . .

. .

(VR) (AR) . . .
. (chatbots) . .
. 24 .
. .
. . .

Chapter 9

...

 .
 1. : ...
 2. : ...
 3. : ...
 ...

, ...
 ..
 ..
 , ...
 , ...
 , ...
 , ...

.. :
 1. : ...
 2. : ...
 3. : ...
 4. : ...
 5. : ...
 6. : ...

. .

. . .

(KPIs) . . .

. (CRM) . . .

. . .

. . .

. .

. . .

. .

. . .

. .

. . .

. .

. .

. .

. .

. .

.

. .

. .

. . .

. . ” ” (PVA) .

(CI) . ” ” .

. . (CRM) .

. .

”” . CRM . .

. ” ” . .

. . .

. . . .

. . .

. . .

. . .

. .

. . .

(Zappos) . . .

. . .

. .

. . .

. .

Chapter 10

...
...
...
...
...

...
...
...
...
...
...

...
...
...
...
...
...

. . . .
 . . . (KPIs) .
 (KPIs) . . .
 (KPIs) . .

 . .

 . .

. . :
 . .
 . .
 . .
 .
 . .

. .
 . 100 1 5.

 75% 4 . .
 1999
 . .

. .

 . .

..

..

..

..

..

..

..

..

...

...

..

...:..

...

....

...

...

..

..

...

..

...

.(NPS) ..

...

..

..

Chapter 11

.....

.....

.....

. . .
. . .

.
. . . .
. 313 . .
. . .
. . . .
. . . .

. . . .
(Zappos.com)
. - ””_
. . . .
. . . .
. . . .

. . . .
. . . .
. . . .
. . . .
. . . .
. . . .

- . . . :
1. . . .
2. . . .
3. . . .
4. . . .

5. . .

6. . .

. . .

. . .

. ” ” . . .

” ” . . .

” ” . . .

. . .

. . .

. . .

(EEC). . . EEC .

. . .

. . . .

. . .

. . .

.