

Efnisyfirlit

INNGANGUR.....	1
1 PJÓNUSTA.....	2
1.1 HVAÐ ER PJÓNUSTA?	2
1.1.1 <i>Gæði þjónustunnar (e. Quality of Service).....</i>	3
1.1.2 <i>Þjónustubríhyrningurinn (e. Services Marketing Triangle).....</i>	4
1.2 PJÓNUSTA VIÐ VIÐSKIPTAVININN	6
1.3 VIÐSKIPTAVINATENGSL (E. CUSTOMER RELATIONSHIP)	7
1.3.1 <i>Starfsfólk.....</i>	7
1.3.2 <i>Viðskiptavinir</i>	9
2 SPRUNGULÍKANIÐ (E. GAP-MODEL).....	11
2.1 SPRUNGA 1: AÐ VITA EKKI HVERS VIÐSKIPTAVINURINN VÆNTIR.....	12
2.2 SPRUNGA 2: AÐ VELJA EKKI RÉTTA PJÓNUSTUHÖNNUN OG STAÐLA	14
2.3 SPRUNGA 3: VEITT PJÓNUSTA EKKI Í SAMRÆMI VIÐ STAÐLA	15
2.4 SPRUNGA 4: LOFA EKKI MEIRU EN HÆGT ER AÐ STANDA VIÐ.....	17
2.5 SPRUNGA 5: VIÐSKIPTAVINASPRUNGA (E. CUSTOMER GAP)	17
3 MARKAÐSRANNSÓKNIR.....	19
3.1 VIÐHORFSKANNANIR.....	20
3.1.1 <i>Framkvæmd viðhorfskannananna</i>	21
3.2 HULDUHEIMSÓKNIR (E. MYSTERY SHOPPING)	21
3.2.1 <i>Fræðileg umfjöllun</i>	21
3.2.2 <i>Framkvæmd hulduheimsókna</i>	22
3.2.3 <i>Hulduheimsóknirnar</i>	22
4 KÖNNUN	24
4.1 MARKMIÐ	24
4.2 RANNSÓKNIN	24
4.2.1 <i>Hulduheimsóknir</i>	24
4.2.2 <i>Viðhorfskannanir</i>	24
4.3 GAGNAÖFLUN OG FRAMKVÆMD	25

4.4	NIÐURSTÖÐUR VIÐHORFSKANNANA	26
4.4.1	<i>Hagkaup-Úrval</i>	26
4.4.2	<i>Íslandsbanki-Landsbanki</i>	29
4.5	NIÐURSTÖÐUR HULDUHEIMSÓKNA	35
4.5.1	<i>Hagkaup-Úrval</i>	35
4.5.2	<i>Íslandsbanki-Landsbanki</i>	35
5	GREINING/MAT	37
6	TILLÖGUR	39
7	UMRÆÐA	40
	NIÐURSTAÐA	41
	HEIMILDALISTI	43
	RITAÐAR HEIMILDIR	43
	HEIMILDIR AF VERALDARVEFNUM.....	43
	MUNNLEGAR HEIMILDIR.....	44
	VIÐAUKAR	45