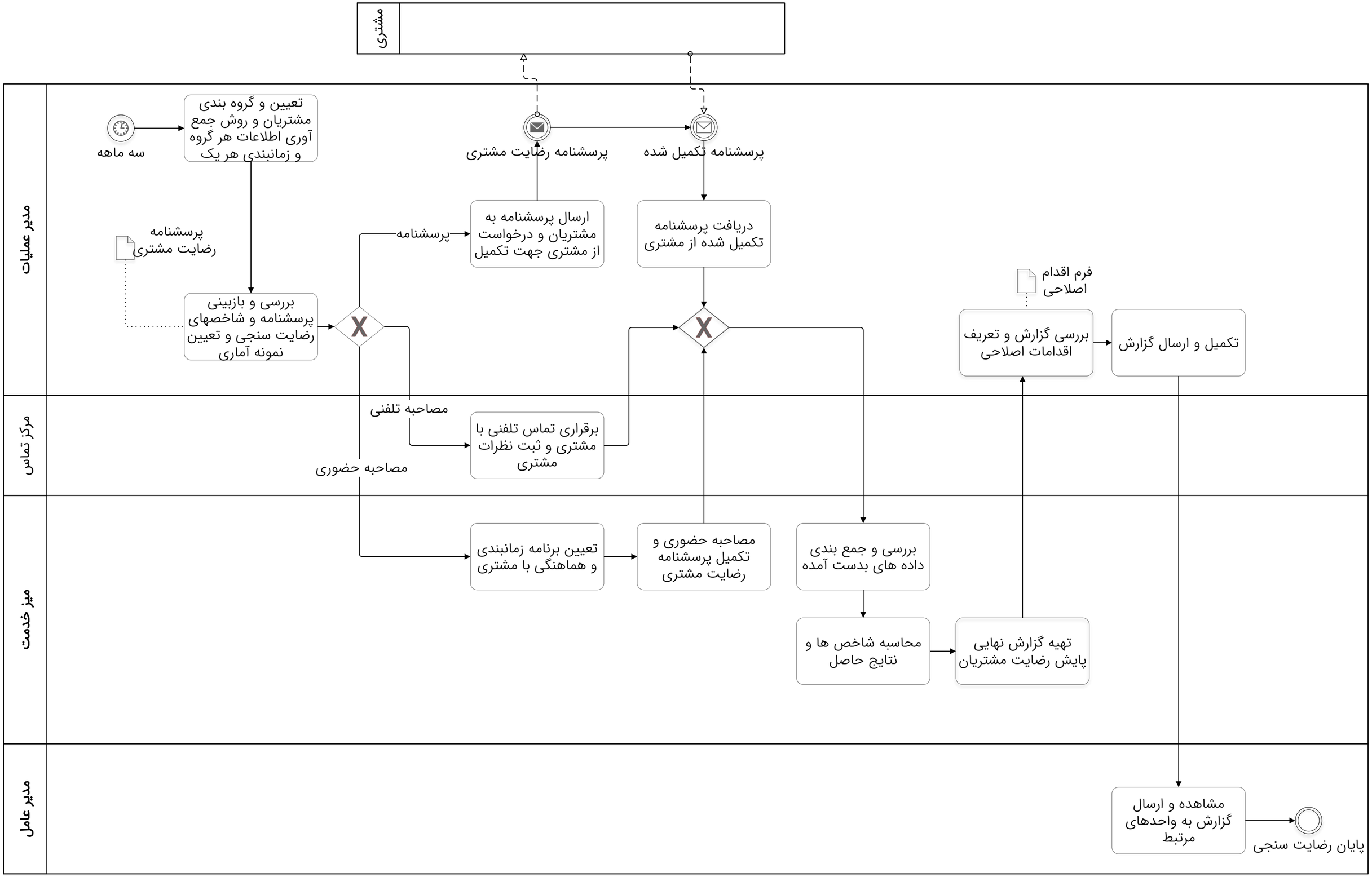فرایند سنجش رضایت مشتریان – ویرایش ۰۰