**Диссер\_Эффективность управления взаимоотношениями с клиентами в B2B (business to business) модели организации бизнеса на казахстанском рынке**

**Стр\_82**

**Содержание**

[Таблица графиков, иллюстраций и таблиц](#_Toc6692438)

[Введение](#_Toc6692439)

[1 Литературный обзор](#_Toc6692440)

[1.1 Сущность процесса продаж](#_Toc6692441)

[1.2 Специфика взаимоотношений с клиентами и управления продажами в компаниях, работающих по модели](#_Toc6692442)

[1.3 Описание основных проблем в управлении продажами компаний, работающих по модели](#_Toc6692443)

[1.4 Клиентоориентированный подход в системе управления взаимоотношениями с клиентами](#_Toc6692444)

[2 Методология исследования](#_Toc6692445)

[3 Анализ и обработка результатов](#_Toc6692446)

[3.1 Анализ деятельности компании](#_Toc6692447)

[3.2 Анализ удовлетворенности клиентов компании](#_Toc6692448)

[3.3 Исследование ориентированности на клиентов сотрудников компании](#_Toc6692449)

[4 Резюме и рекомендации](#_Toc6692450)

[4.1 Выводы по результатам исследования](#_Toc6692451)

[4.2 Рекомендации](#_Toc6692452)

[8](#_Toc6692454)

**Выводы по результатам исследования**

Исследование теоретических аспектов управления взаимоотношениями с клиентами в «» модели организации бизнеса на казахстанском рынке показало, что специфика управления продажами в компании состоит, прежде всего, в том, чтобы с помощью системы управления взаимоотношениями с клиентами создать ей такие конкурентные преимущества, как: разработка продуктов для удовлетворения дифференцированных интересов клиентов; обеспечение оптимальной цены при соответствующем качестве; установление доверительных взаимоотношений с компанией, увеличение количества и удержание клиентов, повышение производительности труда, сокращение трансакционных издержек, снижение текучести кадров, хорошая репутация у клиентов, что, в конечном итоге, способствует увеличению доли рынка, повышению финансовой устойчивости, стоимости и конкурентоспособности компании в целом.

Список литературы

1. Баркан Д. И. Управление продажами [Текст]: учебник / Д. И. Баркан. – СПб.: СПбГУ, 2011. – 908 с.
2. Большаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика. - 2-е изд., испр. и доп.- СПб. и др.: Питер, 2012. - 412 с.
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: Учебно–практическое пособие, 2- е издание: М.: Издательский дом «Дашков и К», 2013. – 204 с.
4. [Lou Cassara](https://www.amazon.com/Lou-Cassara/e/B001KHAB7Y/ref%3Ddp_byline_cont_book_1) From Selling to Serving: The Essence of Client Creation». Hardcover – Dearborn Trade Pub, 2009. - 240 р.
5. Деринг П. Хотите стать коммерсантом? - М.: Интерэксперт, 2004. - 271 с.