Др\_Анализ удовлетворенности клиента

Стр\_65

[Введение](#_Toc40046195)

[1 Необходимость проведения маркетинговой оценки удовлетворенности клиентов](#_Toc40046196)

[1.1 Сущность и необходимость оценки удовлетворенности клиентов](#_Toc40046197)

[1.2 Методология и принципы проведения оценки удовлетворенности клиентов в сфере услуг](#_Toc40046198)

[1.3 Направления повышения удовлетворенности клиентов в зарубежных государствах](#_Toc40046199)

[2 Оценка удовлетворенности услуг клиентов на примере](#_Toc40046200)

[2.1 Характеристика деятельности компании](#_Toc40046201)

[2.2 Оценка удовлетворенности клиентов услугами](#_Toc40046202)

[2.3 Недостатки сферы услуг](#_Toc40046203)

[3 Разработка направлений повышения качества услуг](#_Toc40046204)

[3.1 Мероприятия повышения удовлетворенности клиентов качеством услуг](#_Toc40046205)

[3.2 План организации мероприятий повышения удовлетворенности клиентов](#_Toc40046206)

[3.3 Экономическое обоснование эффективности внедряемых мероприятий](#_Toc40046207)

[Заключение](#_Toc40046208)

[Список использованной литературы](#_Toc40046209)

# Заключение

По результатам изучения темы дипломной работы получены следующие выводы:

1) Под удовлетворенностью клиента понимают общую клиентскую оценку, которая состоит из:

1) оценки качества товара;

2) оценки качества обслуживания;

3) оценки качества предложения.

Каждая составляющая содержит несколько показателей. Если рассматривать показатели, не учитывая отраслевую принадлежность и специфику бизнеса, то они могут быть следующими:

Удовлетворенность клиента качеством продукции: надлежащие функциональные свойства товара; постоянное качество; разнообразие ассортимента; фасовка и упаковка.

# Список использованной литературы

1 **Голубков Е.П. Основы маркетинга:** Учебник. М.: Издательство «Финпресс», 2019. - 656 с.;

2 Данько Т. П. Управление маркетингом / Т.П. Данько. - М.: ИНФРА-М, **2018**. - 352 c.

3 Кислицына В. В. Маркетинг. Учебник / В.В. Кислицына. - М.: Форум, Инфра-М, 2017. - 464 c

4 Мазилкина Е. И. Маркетинг / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и Ко, **2016**. - 368 c.;

5 Глушакова Т., Глушаков В. Современные технологии менеджмента, маркетинга и практической психологии. Минск: УП «Технопринт» 2015. - 320 с.;