**Др\_ Развитие программ потребительской лояльности в организации на примере ТОО**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ |  |
| 1 РАЗВИТИЕ ПРОГРАММ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ТОО  |  |
| 1.1 Организационно – экономическая характеристика предприятия |  |
| 1.2 Исследование удовлетворенности клиентов ТОО  |  |
| 1.3 Анализ потребительской лояльности методов оценки клиентов ТОО  |  |
| 2 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТОО  |  |
| 2.1 Разработка программ повышения лояльности потребителей |  |
| 2.2 Оценка результатов и корректировка программы лояльности |  |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ |  |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ |  |

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Ключевой целью концепции маркетинга взаимоотношений является достижение и укрепление лояльности потребителей. Лояльность потребителей по отношению к своему поставщику продуктов и услуг зарождается и укрепляется по мере развития их сотрудничества, поэтому критериальное определение фаз построения лояльности должно быть тесно связано с понятием жизненного цикла клиента.

Важными элементами комплекса мероприятий для [повышения потребительской лояльности](http://en.coolreferat.com/%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B9_%D0%BB%D0%BE%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8) являются программы лояльности и программы повышения удовлетворенности клиентов.

|  |  |
| --- | --- |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**1. Гражданский кодекс Республики Казахстан (Общая часть), принят Верховным Советом Республики Казахстан 27 декабря 1994 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2018 г.)
2. Гpажданcкий Koдeкc Рecпyблики Kазахcтан (Oбщая чаcть) oт 27.12.1994. (c [измeнeниями и дoпoлнeниями](http://online.zakon.kz/Document/?link_id=1000374298) пo cocтoянию на 06.03.2013 гoда)
3. Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V «Предпринимательский кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.01.2018 г.)
4. Шайхимов А.K. Маркетинговая деятельность на предприятии. – А.: Білім, 2014. – 360 с.
5. Hаyмов B.H. Маркетинг и исследования рынков. - M.: Деловая Литератyра, 2013. – 416 с.
 |  |