**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/Повышение_потребительской_лояльности) 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. |  |