

Wpływ analizy marketingowej na poziom satysfakcji klienta

Plan pracy magisterskiej

Wstęp

ROZDZIAŁ I. Nabywca dóbr jako przedmiot analizy marketingowej

1.1. Nabywca – aspekt teoretyczny pojęcia

1.2. Istota postępowania nabywców na rynku

1.3. Uwarunkowania procesu postępowania nabywców

1.4. Etapy postępowania konsumentów

1.5. Reakcje nabywców na zmiany cen

ROZDZIAŁ II. Badania marketingowe jako źródło informacji o potrzebach konsumenta

2.1. Istota i zakres badań marketingowych

2.2. Opracowanie programu badań marketingowych

2.3. Typologia badań marketingowych

2.4. Metody doboru próby do badań marketingowych

2.5. Analiza i interpretacja rezultatów badań marketingowych

ROZDZIAŁ III. Kształtowanie satysfakcji Klienta

3.1. Istota i podstawy pomiaru satysfakcji Klienta

3.2. Sposoby kształtowania satysfakcji

3.3. Usługi prokonsumenckie w przedsiębiorstwie

3.4. Badanie i pomiar satysfakcji Klienta

ROZDZIAŁ IV. Badanie satysfakcji Klientów firmy Orange na podstawie analizy marketingowej

4.1. Ogólny zarys badanej firmy

4.2. Charakterystyka badanej grupy Klientów firmy Orange

4.3. Analiza marketingowa Klientów firmy Orange – na podstawie kwestionariusza ankiety

4.4. Wnioski końcowe

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

Analiza marketingowa polega na zgromadzeniu, przetworzeniu i interpretacji informacji dotyczących rynku, konsumentów oraz konkurencji. Dzięki tej analizie przedsiębiorstwo może lepiej poznać potrzeby i oczekiwania klientów, co pozwala na skuteczniejsze dostosowanie oferty do ich potrzeb. W konsekwencji, lepiej dopasowana oferta przedsiębiorstwa przyczynia się do wzrostu poziomu satysfakcji klientów. Dodatkowo, analiza marketingowa pozwala na identyfikację potencjalnych problemów związanych z obsługą klienta, co umożliwia przedsiębiorstwu podjęcie działań zmierzających do ich rozwiązania i poprawy jakości usług.

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby samodzielnie napisać swoją pracę i potrzebujesz w tym pomocy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - wszechstronna pomoc w pisaniu prac.