

# Marketing pozyskiwania klienta w przedsiębiorstwie usługowym

## Wstęp

W dzisiejszych czasach marketing jest jednym z najważniejszych elementów w biznesie, ponieważ ma za zadanie pozyskiwać klientów i zwiększać zyski przedsiębiorstwa. Szczególnie w przypadku przedsiębiorstw usługowych, gdzie klienci nie widzą bezpośrednio produktów i często korzystają z usług na podstawie rekomendacji, kluczowe jest odpowiednie pozyskiwanie i utrzymywanie klientów. Dlatego też, celem niniejszej pracy magisterskiej jest przedstawienie i analiza różnych strategii i technik marketingowych, które przedsiębiorstwa usługowe mogą zastosować w celu pozyskiwania klientów.

## Rozdział 1: Marketing jako element biznesu

Pierwszy rozdział pracy magisterskiej skupi się na omówieniu znaczenia marketingu w biznesie. Wprowadzenie do podstawowych pojęć z zakresu marketingu i jego roli w procesie pozyskiwania i utrzymywania klientów. W tej części pracy zostaną omówione różne definicje marketingu oraz cel i znaczenie marketingu w kontekście przedsiębiorstw usługowych.

## Rozdział 2: Specyfika marketingu w przedsiębiorstwach usługowych

W drugim rozdziale zostanie omówiona specyfika marketingu w przedsiębiorstwach usługowych. Poruszony zostanie temat tego, w jaki sposób marketing w przedsiębiorstwach usługowych różni się od marketingu w przedsiębiorstwach produkcyjnych. W tej części pracy zostaną omówione także najważniejsze czynniki wpływające na efektywność działań marketingowych w przedsiębiorstwach usługowych, takie jak jakość usług, doświadczenie klienta czy komunikacja.

## Rozdział 3: Metody pozyskiwania klientów w przedsiębiorstwach usługowych

W trzecim rozdziale pracy magisterskiej zostaną omówione różne metody pozyskiwania klientów w przedsiębiorstwach usługowych. Poruszony zostanie temat działań online oraz offline, a także analiza technik z zakresu inbound

marketingu, content marketingu, social media marketingu, marketingu afiliacyjnego oraz reklamy.

#### Rozdział 4: Retencja klientów w przedsiębiorstwach usługowych

W czwartym rozdziale pracy magisterskiej zostanie omówiona retencja klientów w przedsiębiorstwach usługowych. Skupi się na tym, jak pozyskać klienta, a następnie utrzymać go, co jest równie ważne jak samo pozyskiwanie. W tej części pracy zostaną omówione takie zagadnienia jak budowanie relacji z klientem, dostosowanie oferty do potrzeb klienta oraz budowanie lojalności klienta.

#### Rozdział 5: Badanie satysfakcji

W piątym rozdziale pracy magisterskiej zostanie omówione badanie satysfakcji klientów w przedsiębiorstwach usługowych. W tej części pracy zostaną przedstawione różne metody badania satysfakcji klientów, takie jak ankiety, focus group, czy analiza opinii klientów w internecie. Ponadto, zostaną omówione korzyści, jakie wynikają z prowadzenia badań satysfakcji klientów oraz sposoby wykorzystania tych wyników do doskonalenia oferty i poprawy jakości świadczonych usług.

#### Rozdział 6: Studium przypadku

W ostatnim rozdziale pracy magisterskiej zostanie przedstawione studium przypadku przedsiębiorstwa usługowego, które zastosowało wybrane strategie i techniki marketingowe w celu pozyskiwania i utrzymywania klientów. W tej części pracy zostaną przedstawione cele, jakie przedsiębiorstwo sobie postawiło, zastosowane metody, a także wyniki osiągnięte dzięki prowadzonym działaniom marketingowym.

#### Podsumowanie

Praca magisterska na temat Marketingu pozyskiwania klienta w przedsiębiorstwie usługowym przedstawia i analizuje różne strategie i techniki marketingowe, które przedsiębiorstwa usługowe mogą zastosować w celu pozyskiwania i utrzymywania klientów. Praca skupia się na specyfice marketingu w przedsiębiorstwach usługowych, różnych metodach pozyskiwania klientów, retencji klientów, badaniu satysfakcji klientów oraz prezentuje studium przypadku przedsiębiorstwa usługowego. Celem pracy jest przedstawienie najważniejszych informacji na

temat marketingu w przedsiębiorstwach usługowych oraz wskazanie, jakie strategie i techniki marketingowe są najbardziej skuteczne w pozyskiwaniu i utrzymywaniu klientów w tej branży.

**Problem badawczy w niniejszej pracy** brzmi: Które źródła są najbardziej efektywne w pozyskiwaniu klienta, oraz skuteczne czynności w pozyskaniu?

Hipotezy w niniejszej pracy brzmią:

1. Najbardziej efektywne w pozyskaniu klienta jest źródło „z polecenia”.
2. W weryfikacji właściwości klienta najważniejsza jest uczciwość.

**W niniejszej pracy metodą badawczą** jest obserwacja, natomiast narzędziem badawczym arkusz obserwacji.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!