Rola obsługi klienta w działaniach rynkowych firmy usługowej

ROLA OBSŁUGI KLIENTA W DZIAŁANIACH RYNKOWYCH FIRMY USŁUGOWEJ NA PRZYKŁADZIE ...

SPIS TREŚCI 2

WSTĘP 4

I. OBSŁUGA KLIENTA – ISTOTA, OBSZARY I METODY DZIAŁANIA. 6
1.1. Klient w marketingowej koncepcji działania. 6
1.2. Proces zachowania klienta jako punkt wyjścia działań związanych z obsługą klienta. 20
1.3. Zarządzanie obsługą klienta w firmie usługowej. 26
1.4. Obsługa klienta przed – transakcyjna i po – transakcyjna. 30

II. MARKETING NA ... 37
2.1. Dynamika rozwoju polskiego sektora paliwowego 37
2.2. Główne spółki zależne, podmioty stowarzyszone i inwestycje kapitałowe PKN ORLEN S.A. 40
2.2.1. Zmiany własnościowe. 41
2.2.2. Wyniki Grupy Kapitałowej. 42
2.3. Polityka marketingowa PKN Orlen S.A. 52
2.4. Zakres swobody prowadzenia działań marketingowych na stacji paliw 60
2.5. Marketing a merchandising stacji paliw 62
2.6. Działania marketingowe na ... 67

III. POLITYKA OBSŁUGI KLIENTA NA ... 69
3.1. Standaryzacja polityki obsługi klienta na stacjach koncernu PKN Orlen S.A. 69
3.2. Proces obsługi klienta na ... 80
3.3. Obszary obsługi klienta na stacji 85
3.4. Kierunki zmian w polityce obsługi klienta na ... 87

ZAKOŃCZENIE 91
BIBLIOGRAFIA 93

WSTĘP

Obecnie, w dobie zaciętej konkurencji na rynku usług, obsługa klienta nabiera szczególnego znaczenia. Nie tylko jako element budowania relacji z klientem, ale także jako kluczowy czynnik wpływający na sukces przedsiębiorstwa na rynku. W niniejszej pracy pt. „Rola obsługi klienta w działaniach rynkowych firmy usługowej" zamierzamy dokładnie przeanalizować ten aspekt, skupiając się na przykładzie konkretnego sektora usługowego.

Rozdział pierwszy „Obsługa klienta – istota, obszary i metody działania" skupia się na ogólnej analizie tematu obsługi klienta. Przedstawiamy klienta jako centralny punkt w marketingowej koncepcji działania firmy. Następnie zgłębiamy proces zachowania klienta jako punkt wyjścia działań związanych z obsługą klienta. Omawiamy także zarządzanie obsługą klienta w firmie usługowej, w tym obsługę klienta przed i po transakcji.

Rozdział drugi, „Marketing na ...", skupia się na analizie dynamiki rozwoju polskiego sektora paliwowego. Omawiamy główne spółki zależne, podmioty stowarzyszone i inwestycje kapitałowe PKN ORLEN S.A., w tym zmiany własnościowe i wyniki Grupy Kapitałowej. Analizujemy także politykę marketingową PKN Orlen S.A., zakres swobody prowadzenia działań marketingowych na stacji paliw, marketing a merchandising stacji paliw oraz działania marketingowe na ...

Rozdział trzeci, „Polityka obsługi klienta na ...", koncentruje się na polityce obsługi klienta w konkretnym sektorze usługowym. Omawiamy standaryzację polityki obsługi klienta na stacjach koncernu PKN Orlen S.A., proces obsługi klienta na ..., obszary obsługi klienta na stacji oraz kierunki zmian w polityce obsługi klienta na ...

Zakończenie pracy stanowi podsumowanie najważniejszych wniosków, które wysunęliśmy podczas analizy. Praca ta dostarcza cennych wglądów w rolę obsługi klienta w działaniach rynkowych firmy usługowej, co może okazać się cennym źródłem wiedzy dla praktyków biznesu, badaczy oraz studentów zainteresowanych tym tematem.

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