

# Kultura obsługi klienta

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

praca magisterska

WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA I MARKETINGU WE WROCŁAWIU 2002

WSTĘP 3

1. ZACHOWANIA KONSUMENTÓW 5

1.1. Istota i uwarunkowania wewnętrzne zachowania konsumentów z punktu widzenia marketingu 5

1.2. Czynniki kształtujące zachowania konsumentów 13

1.3. Modele zachowań konsumentów 34

1.4. Procesy podejmowania decyzji przez konsumenta 40

2. KULTURA OBSŁUGI KLIENTA 44

2.1. Podstawy profesjonalnego wizerunku pracownika sprzedaży 44

2.2. Komunikacja w kontaktach z klientem 50

2.3. Analiza obszaru rozmowy z klientem 59

2.4. Wpływ czynników stresogennych na kontakt z klientem 66

3. OCENA OBSŁUGI KLIENTA W FIRMIE AUTO-TANK 70

3.1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa 70

3.2. Analiza kultury obsługi klienta na stacji paliw AUTO-TANK 77

3.3. Badania konsumentów firmy oraz ich wyniki 88

3.4. Propozycje zmian w realizowaniu kultury obsługi 94

3.5. Sposoby utrzymania poziomu obsługi klientów 103

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis