

Analiza i obsługa klienta w firmie kurierskiej

Wstęp

Rozdział I

Klient w firmie usługowej

- 1.1. Istota i cel obsługi klienta
- 1.2. Postrzeganie usług przez klienta
- 1.3. Budowanie relacji w przedsiębiorstwie usługowym

Rozdział II

Rynek kurierski w Polsce

- 2.1. Działalność firm kurierskich
- 2.2. Znaczenie rynku kurierskiego w Polsce
- 2.3. Kierunku rozwoju usług kurierskich

Rozdział III

Obsługa klienta w firmie kurierskiej – ocena

- 3.1. Badania oceny satysfakcji z obsługi kurierskiej
- 3.2. Wyniki badań
- 3.3. Wnioski z badań

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel, wykresów, rysunków