

Proces obsługi klienta w branży rolniczej na przykładzie autoryzowanego dealera sprzedaży maszyn rolniczych i sprzedaży części zamiennych

Wstęp..... .3

Rozdział I

Proces obsługi klienta

- 1.1 Istota procesu logistycznej obsługi klienta5
- 1.2 Cele procesu..... 9
- 1.3 Charakterystyka procesu obsługi klienta12
- 1.4 Zarządzanie jakością obsługi klienta..... 14
- 1.5 Standaryzacja procesu obsługi klienta.....17

Rozdział II

Charakterystyka rynku sprzedaży maszyn rolniczych w Polsce

- 2.1 Rynek sprzedaży maszyn20
- 2.2 Największe firmy działające na rynku..... 23
- 2.3 Prognozy i perspektywy na kolejne lata..... 25

Rozdział III

Charakterystyka rynku sprzedaży części zamiennych

- 3.1 Rynek części zamiennych27
- 3.2 Największe firmy działające na rynku29
- 3.3 Prognozy i perspektywy na kolejne lata..... 31

Rozdział IV

Przedmiot badań

4.1 Geneza i profil działalności badanej firmy.....	34
4.2 Pozycja firmy na rynku	37

Rozdział V

Proces obsługi klienta w przedsiębiorstwie

5.1 Proces obsługi klienta ze względu na sprzedaż maszyn	41
5.1.1. Zaopatrzenie w maszyny	41
5.1.2 Proces sprzedaży maszyn	43
5.2 Proces obsługi klienta ze względu na zaopatrzenie w części zamienne.....	46
5.2.1 Zaopatrzenie w części zamienne.....	46
5.2.2. Proces sprzedaży części zamiennych	48

Rozdział VI

Analiza satysfakcji klienta i kierunki zmian

6.1 Analiza satysfakcji klienta- badanie ankietowe.....	50
6.1.1 Sposób prowadzenia badania	50
6.1.2. Opracowanie wyników.....	51
6.2 Wnioski z analizy i kierunki zmian	62
6.2.1. Wnioski	62
6.2.2. Kierunki zmian	64

Podsumowanie perspektywa rozwoju z uwzględnieniem stanu zapotrzebowania rynku rolniczego na maszyny i części.....	66
Bibliografia	71