СОДЕРЖАНИЕ

Введение…………………………………………………………………………..3

1. Теоретические основы формирования сервисной политики

Организации………………………………………………………………………5

1.1. Сервис – как фактор конурентоспособности организации………………..5

1.2. Показатели эффективности сервисной политики организации………….10

1.3. Пути совершенствования системы клиентского сервиса………………...16

2. Анализ сервисной политики ООО «АГ «Капитал»…………………………21

2.1. Организационно-экономическая характеристика

ООО «АГ «Капитал»…………………………………………………………….21

2.2. Анализ существующей сервисной политики

ООО «АГ «Капитал»…………………………………………………………….26

2.3. Анализ удовлетворенности клиентов сервисом

ООО «АГ «Капитал»…………………………………………………………….42

3. Рекомендации по улучшению сервисной политики

ООО «АГ «Капитал»…………………………………………………………….46

3.1. Разработка мероприятий по повышению эффективности сервисной политики ООО «АГ «Капитал»…………………………………………………46

3.2. Экономическое обоснование предложенных мероприятий……………...52

Заключение……………………………………………………………………….55

Список использованных источников…………………………………………...58

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развития рыночной экономики России для обеспечения устойчивой конкурентоспособной и эффективной деятельности любой организации необходимо грамотное управление сервисной политикой организации. Под эффективным управлением сервисом организации предполагается создание эффективно функционирующей системы, которая соответствует динамично изменяющимся фактором внутренней среды организации и учитывает специфику современного рынка.

Успешное развитие организаций уже невозможно без внутрифирменного сервиса, использование которого обусловлено хозяйственными особенностями и отличается вполне конкретной спецификой. Успех любого вводимого изменения следует подкреплять соответствующей внутрифирменной сервисной политикой. Формирование четкого взаимодействия между структурными подразделениями в области внутрифирменного сервисного обслуживания сегодня становится приоритетным направлением сервисной политики организации.

Данная тема актуальна на сегодняшний день, так как на рынке аудита существует постоянная конкуренция. Много организаций предлагают аналогичные виды услуг. И чтобы выделиться на общем фоне, важно не только привлечь покупателя, но и оказать ему услугу так, чтобы в следующий раз потребитель снова обратился именно к твоей организации. Да и ещё по его рекомендации к вам обратились новые клиенты. Качественный сервис непременно вызывает расширение спроса на услуги, способствует коммерческому успеху организации, повышает престиж.

Целью работы является повышение эффективности деятельности организации путем разработки практических рекомендаций для совершенствования сервиса.

Задачи работы:

* рассмотреть теоретические аспекты сервиса и сервисной политики;
* представить организационно-экономическую характеристику организации;
* предложить мероприятия по повышению эффективности сервисной политики организации.

Объект исследования – сервисная политика ООО «АГ «Капитал».

Предмет исследования – организационно-экономические и управленческие условия осуществления сервисной деятельности.