СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Теоретические основы предпродажных и послепродажных услуг коммерческой деятельности предприятия 5
	1. Понятие, сущность и роль предпродажных и послепродажных услуг коммерческого предприятия… 5
	2. Предпродажное и послепродажное обслуживание как фактор конкурентоспособности торгового предприятия 9
2. Анализ и оценка эффективности предпродажных и послепродажных услуг коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятия 16
	1. Характеристика деятельности предприятия 16
	2. Анализ предпродажных и послепродажных услуг в оптовом торговом предприятии 20
	3. Оценка эффективности сервисного обслуживания 25
3. Программа эффективности коммерческого предприятия на примере ООО «ЛЕНТА» 37
	1. Проблемные зоны и недостатки послепродажного обслуживания 37
	2. Рекомендации по совершенствованию предпродажных и послепродажных услуг в оптовом торговом предприятии 40

Заключение 45

[Библиографический список 49](#_TOC_250000)

ВВЕДЕНИЕ

Одной из основных задач любого торгового предприятия в современных условиях является поиск путей увеличения объемов продаж и прибыли. В этой связи маркетинговая деятельность, основанная на соотношении запросов рынка и возможностей предприятия, должна быть положена в основу разработки и реализации всех управленческих решений и стратегических целей, касающихся развития основной деятельности и должна постоянно совершенствоваться. Это ведет к открытию новых возможностей для увеличения объёма оказанных услуг, правильного выбора тактики рекламной компании, применения ценовых скидок, проведения различных акций по привлечению клиентов, позволяет правильно сконцентрировать средства и ресурсы для решения как тактических, так и стратегических задач, стоящих перед предприятием или предпринимателем. Актуальность выбранной темы дипломной работы заключается в том, что спрос покупателей на сервисное обслуживание - один из важнейших элементов коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии. Кроме того, в современных условиях рыночной экономики сервисное обслуживание играет большую роль при выборе товара покупателем на торговом предприятии.

Цель дипломной работы – выявить роль предпродажных и послепродажных услуг коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии.

Задачи работы заключаются в следующем:

* определить понятие, сущность и роль предпродажных и послепродажных услуг торгового предприятия; - изучить предпродажное и послепродажное обслуживание как фактор конкурентоспособности торгового предприятия;
* рассмотреть организацию и совершенствование предпродажных и послепродажных услуг оптового торгового предприятия;
* провести анализ предпродажных и послепродажных услуг в оптовом торговом предприятии и дать оценку эффективности их использования;
* выработать рекомендации по усовершенствованию предпродажных и послепродажных услуг в оптовом торговом предприятии.

Объект исследования - ООО «Лента».

Предмет исследования - предпродажные и послепродажные услуги коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии. Методологической основой исследования в дипломной работе служат научные труды ведущих специалистов по вопросам изучения роли предпродажных и послепродажных услуг коммерческой деятельности в оптовом торговом предприятии, таких как Грибов, В.Д., Парамонова, Т.Н., Завгородняя, А. В., Герасимов, Б. И., а также публикации профессиональной прессы, Интернет - источников, документы ООО «ЛЕНТА».

В ходе работы будут анализироваться:

1. Федеральные законы, регулирующие коммерческую деятельность и обслуживание клиентов.
2. Учебники и научные статьи по маркетингу, управлению качеством и обслуживанию клиентов.
3. Монографии и исследования, посвященные предпродажным и послепродажным услугам в оптовой торговле.
4. Официальные документы и публикации компании ООО ЛЕНТА, содержащие информацию о их предпродажных и послепродажных услугах.
5. Отчеты и исследования, проведенные аналитическими агентствами и консультационными компаниями в сфере розничной и оптовой торговли.
6. Рекомендации и практические руководства по улучшению предпродажных и послепродажных услуг в оптовой торговле.