

分析报告论文格式(精选5篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

分析报告论文格式篇一

一、概要

为了加强与顾客的沟通，了解长沙市具有代表性的性的三大超市是否能满足客户的需要并对客户满意度进行信息调查回馈，以解决顾客遇到的问题，努力满足顾客的需要，并在此基础上持续改进，从而提升客户对超市的满意度，完善更好的公共设施，提高我市的消费水平。

通过调研了解消费者在选择在哪个超市消费的特点，我们可以知道他们对超市的满意程度。也能知道超市所存在的问题，能更好的改进，提高超市的企业形象，产品的质量，服务。

二、正文

(一)、引言

生活水平在不断的提高，消费者对选择超市购物时，都会对超市环境、服务、产品质量、产品价格、企业的形象、产品的品种多样性进行评价，才会选择在哪里购物。因此，我们进行了一次在均有代表性的超市进行一次的抽样的问卷调查，其主要的目的是了解消费者满意度。我们选取了家乐福、沃尔玛、新一佳作为调查对象，通过问卷调查法了解消费者在超市的购买情况及影响他们在哪个超市购物的原因。

(二)、调查情况介绍

1、根据调查情况来看，在超市购物的人群一般是在20~30岁的年龄的人，其次是在30~40岁的年龄的人。这两种年龄层的比例是占最多的。

2、从调查可知，不同的工作、不同身份的人在去超市购物比例也是不样的。其中公司职员占的百分比是最多的，其次是学生，再次是公务员。由此可以看出，公司职员是在超市购物最多的。

3、从调查表中，我们也可以看出三大超市在消费者心中做的较好的一面，和做的不好一些地方。

家乐福在产品的品种上是做的比较好的，品种多样，齐全。但是在价格上呢就没有其他超市的那么优惠。服务也没有那么好。

沃尔玛在购物环境上是最好的，还有企业形象，在价格上还是有点不好，但总体的来说沃尔玛是在每一个各方面都是做的比较好的。新一佳在购物环境上较好的，但是在购买的便利性、品种、质量、价格、服务方做的还是不够好。

从表中我们可以看出最影响客户满意度是在商品的质量，其次是价格、品种的多样性。

从上表可以看出，消费者都超市的各方面都还是处于较满意的状态和一般的；满意指标。

所以各大超市还要加强服务，在做的不好的地方要加强改进，特别是在企业形象、产品质量等各方面都是要加强改进的。

从cs测评中我们可以看出消费者较注重的是产品的质量、价格、品种的多样性。

三大超市在总体上还是比较好的，但是还是存在这一个问题，

就是在在价格上、服务上、都是要改进的地方。

其他的超市也是一样的，在价格、服务、环境都是要注意的。

总的来说呢，消费者还是比较满意在家乐福购物的。四、建议

1、在价格上，各超市的价格是要变动。2、在服务上，要做好服务，提高员工的素质，做好服务，才能赢得客户。

3、提高公司的知名度。

4、提高超市的竞争力，创作更好的购物环境。

五、附件

分析报告论文格式篇二

客户关系管理调研报告

2015年4月9日

调研目的1. 认识什么是客户关系管理。2. 认识客户关系管理的意义。3. 认识客户关系管理的思路。

调研内容

1. 客观和全面介绍企业客户关系管理的做法。2. 分析和评价该企业客户关系管理做法的得与失。3. 为该企业的客户关系管理提出改进意见或思路。

调研意义

1. 了解企业的客户关系管理。 2. 分析企业的客户关系管理。

3. 明确企业客户关系管理中的优缺点，并找出相关改进缺点的方法。

盛天集团发展概况

盛天集团来自福建，是一家以房地产开发、商业运营为主营业务，集钢材贸易、混凝土生产销售、物业管理服务等为一体的综合性企业集团。

1. 客户关系管理简介以及企业目标客户概况

客户关系管理是通过采用信息技术，使企业的市场营销、销售管理、客户服务和支持等经营流程信息化，实现客户资源有效利用的一套应用软件系统，其核心思想是“以客户为中心”，提高客户满意度，改善客户关系，从而提高企业的竞争力。

(1) 体验式营销，推行不同户型不同风格的样板房，满足不同消费者的需求，为顾客提供印象深刻的体验历程。

(2) 发行期刊，对各期活动进行报道，以及对某个项目全方位的展示，从房地产项目的质量、外观、环境等方面呈现出盛天集团对客户的真诚。让消费者能从多方面了解。

(3) 开展活动，泳装派对、花展、宠物摄影等等活动，除了邀请业主，还会面向广大市民，邀请各界人士体验盛天集团为消费者打造的一个“家”的感觉。

(4) 广告推广，企业制作了很多经典的广告宣传，给予消费者更加形象的了解。

(1) 为构建和谐文化，关注新老客户的健康生活，盛天集团以太极的精神为载体开展了一系列的太极培训班，并建立了太极俱乐部，同时开展了文艺晚会，以此来促进客户关系的

发展。

(2) 开展各种特色活动来丰富广大业主的生活，提升社区的和谐文化，创造不一样的社区生活。

(3) 对于新老客户在企业特别周年纪念或者特别节日给予一定的祝愿以及小礼物的馈赠。

二、客户关系管理在企业中发挥的作用

1. 盛天集团对客户关系管理的运用，使得企业更加便利的提供合乎客户需要的产品和服务，提醒客户服务要求并可获知客户选购了其它产品。 2. 通过更有效的方法来管理客户关系，在企业内部实现信息和资源的共享，从而降低企业运营成本，为客户提供更经济、快捷、周到的产品和服务，保持和吸引更多的客户，最终达到企业利润最大化。

3. 实现与客户更好的沟通，更好的了解客户的需求，以此对产品服务不断的改进和提高，不断培养客户的满意度。

三、盛天集团在客户关系管理中存在的问题

1. 企业对于客户细分，没有采取到位的市场活动，客户资料的分析度不够就会影响对客户的管理。

2. 对于企业内部，内部员工对于客户关系管理的意识不强，对于客户不能提供个性化、具有企业特色的服务。

3. 对于客户，企业应该给予更多的关怀度，除了活动开展，应该让客户在日常生活中也能感受到企业给予的关心。

四、对于企业客户关系管理的改进意见

1. 细分客户，对于不同的客户采取不同的活动，完善客户资料，充分把握客户的情况，以此把握客户。

2. 对企业内部的客户关系管理工作进行强化，增强员工意识，同时企业应有效的为客户提供个性化服务，提高客户的满意度。

3. 增强客户关怀，提高客户的忠诚度，与客户建立一中长期的、稳固的合作信任、互利互惠的关系。

4. 为客户提供更好的信息、产品和服务，同时企业根据客户的构成和需求制定相应市场营销策略，在客户和企业之间创造双赢的效果。

5. 有效利用客户关系管理，降低企业成本，优化对客户的产品服务。

五、调研总结

在当今竞争如此激烈的社会环境之下，商业环境中的激烈竞争变得特别突出，如何在竞争中屹立不倒，企业唯有不断的提升自身的价值来适应这个社会的需要，才能使自己立于不败之地，市场的需求使得企业运用客户关系管理，形成以“客户为中心”的体制，盛天集团应更好的形成具有个性化服务的客户关系管理机制，才能在竞争中更好的发展。

分析报告论文格式篇三

题目：系(院)：专业：班级：姓名：学号：

年月日

09/10第2学期 市场营销专业客户关系管理调研论文

论文写作要求：

论文总体上分为三个部分：前言、正文、结论，选择某一企

业或行业客户关系管理为研究对象，依据客户关系管理相关理论分析当前客户关系管理发展现状及存在的问题，通过理论分析、研究，提出改进客户关系管理的建议和对策，题目自定。

2在正文部分，针对研究问题展开分析；

3在结论部分，根据对问题的分析结果，提出建议和措施；

4 字号小四，宋体，行间距：倍；

6 论文写作时间为：第14周一16周；

分析报告论文格式篇四

前言：.....2 一、美萍客户关系管理系统的分析. 2

姓名： 熊金 学号： 25 指导老师:张丽霞老师 班级:物流1231班

前言：

越来越多的企业与管理者已经相信，以客户为中心是未来成功的关键。借助客户关系管理系统，企业能更好地了解、服务于客户，改善客户关系，提升管理水平，降低企业经营成本，最终为企业赢得更大的利润。crm因此成为现代营销管理不可缺的管理平台。特别是保险与培训行业，对客户关系的管理尤其重要。美萍crm可帮助企业建立以客户为中心的商业模式，通过客户细分和客户生命周期管理。满足客户需求，并在此基础上进行一对一的个性化开发服务，通过该系统，可以为企业提升满意度，从而实现长久增值。

一、美萍客户关系管理系统的分析

1、美萍客户关系管理系统的简介

美萍客户管理系统是一款专业的客户关系管理软件(crm管理系统)，软件以客户为中心，把科学的管理与信息技术结合起来，实现市场、销售、服务协同工作统一管理。帮助企业规范业务流程、提高客户挖掘能力和客户服务质量、有效管理客户资源、提高销售成功率，达到全面提升企业核心竞争力的目的。软件界面设计简洁，美观，其人性化的软件流程，使普通用户不需培训也能很快掌握软件操作使用方法，上手极易。强大报表与集成查询功能是本软件的最大特色，所有功能在用户需要的使用地方自然体现，不用打开多个窗口重复查询。美萍客户关系管理系统广泛适用于各个行业进行客户管理，销售管理，是您企业进行客户档案管理，客户资料管理，客户服务管理，客户信息管理的强大工具。

2、美萍客户关系管理系统的产品优势分析

1、客户信息管理-支持客户信息的来电提示。 2、客户服务管理-支持客户邮件、短信群发。 3、商品管理：采购进货，采购退货，库存查询 4、crm客户管理-客户积分、兑换功能。 5、客户销售管理-销售漏斗分析功能。

6、客户资料管理-支持客户资料批量导入、导出。 7、支持用户自行修改报表功能（打印模板设置）。 8、支持客户事件提醒。 9、支持用户权限分组。

10、crm客户关系管理-对客户资料、商品销售、员工贡献的分析统计功能。 11、支持web远程管理。 12、数据自动备份。

3、美萍客户管理系统功能特点

1、客户往来:对客户信息进行全面的管理。如：查询客户的相关详细信息，客户购买产品的信息，客户反馈信息等。

2、客户管理:包括客户资料管理, 客户交互管理, 客户跟进管理, 客户提醒管理, 客户回款管理, 流失客户管理, 合同文档管理等。

3、统计分析:包括客户分析, 产品销售分析, 利润贡献分析, 业务员业绩分析。反映出客户、产品销售、利润与业务员之间的关系。

4、系统设置:可以对数据库备份/恢复, 系统初始化, 操作员修改密码, 基础资料设置, 商品信息设置等。

4、美萍客户管理系统营销、销售管理功能分析

(1) 营销活动

记录公司为了新产品上市、扩大市场份额、解决产品积压库存、参加展销会等举办的市场活动。在系统中选择活动涉及的产品, 录入活动相关信息, 如成本预算和实际成本等, 可以对营销活动的实际收益进行分析。在营销活动中可以选择目标客户、潜在客户, 进行邮件群发操作。

(2) 客户

分析报告论文格式篇五

院 名: 汽车与交通工程学院

专业班级: 汽车服务工程(1)班

学 号 : 20*** 姓 名: 黄胜勇

指导老师: 吴灵芳

梅赛德斯-奔驰的发展, 全世界都有目众睹。100多年来, 在

全世界梅赛德斯-奔驰这一品牌拥有近数百万名忠实顾客，他们拥有着上千万台梅赛德斯-奔驰汽车。这些人不愿驾驶任何其它品牌的汽车是因为他们对梅赛德斯-奔驰的传奇充满敬仰，和对梅赛德斯-奔驰不断改写的最新章节-最新时尚车型情有独钟。

本文通过整理一有研究，从客户满意度评价体系、调查方法以及数据采集等几个方面，简述了目前桂林市的有关梅赛德斯-奔驰客户满意度，总结出关于梅赛德斯-奔驰客户满意度的现状、存在不足、发展前景等内容。最后，为梅赛德斯-奔驰客户满意度研究提供一个科学的方向。

1绪论

调研报告研究的背景

中闲改革开放30年以来，创造了巨大的经济成就，随着近几年中国汽车市场尤其是豪华汽车市场的高速增长. 豪华汽车市场竞争日益激烈，豪华汽车企业在竞争过程中的着眼点正在悄然发生着变化。

作为世界上最成功的豪华汽车品牌. 梅赛德斯-奔驰从诞生伊始，让三叉星徽闪耀全球就成为其永不放弃的梦想与追求。从第一台国产奔驰c260下线以来，6年间奔驰在国的年销量已经从不足一万台跃升到2008年的118118台，2011年4月在中国大陆地区交付超过17, 180辆，同比增长56%。所以相比在中国汽车产业发展相对正在上升的趋势而言，好的销量不仅是奔驰追求的目标，更完善的客户满意度也成为了奔驰扩大其销量以及形成良好口碑的重要因素。提高顾客满意度实际上就是要提高和改进经销商的服务质量，如何测定顾客对经销商的服务是否满意，如何考察经销商在销售和服务的同时是否执行厂家标准，研究顾客满意度就有了很重要的意义。同时客户满意度会给客户带来感性价值，使客户愿意为他们付出较高的价格。良好的顾客满意度不仅使得企业拥有较高的

利润，又使得企业有更多的资源来持续改进对客户的服务，形成良性循环。

顾客满意度理论模型已经在瑞典、德国、美同等国家建立，并显示出对国民经济绩效的预测作用。不仅为宏观经济针理提供客观依拐，而且为微观企业经背提供决策支持。国外顾客满意度的研究与应用及其在其国家经济生活中所起的巨大作用引起了我国政府主针部门和专家的高度重视。国内不同行业的顾客满意度评价指标百花齐放。

研究的目的是研究本课题的目的就是要充分认识客户满意对汽车经销商的关键性。汽车经销商作为服务行业来说实施客户满意度战略、追求客户忠诚、获取更多的客户资源对企业有着更为重要的意义。首先，有利于汽车经销商转变经营战略，通过实施客户满意度战略，汽车经销商把战略重点转向客户，通过不断改进服务来增加对客户价值，让客户产生依赖感，超过竞争对手，这个过程会增强企业竞争力。而且汽车经销商从本质上来说属于服务行业，企业的产品本身就是企业所提供的服务，通过开展满意度评估，可以引导经销商建立以客户满意度为目标的新的经营战略，大大的增强企业新的市场环境下的竞争力。

奔驰一此对经销商强调“全员满意度”概念，也就是说要求经销商内部业务流程、部门利益协调、员工的工作着眼点和工作态度都要为追求客户满意服务，从门卫见到客户的第一个招呼到财务人员的收款时间到给客户品尝的咖啡口味都会影响客户满意，客户满意作为汽车经销商新的经营战略和文化理念被全体员工认同和接受后，员工的素质将发生巨大变化。实施满意度调查，汽车销化企业员工可以了解到顾客对产品：的需求和期望，有助于增强市场观念和服务意识，有助于增强危机感和紧迫感。在这个过程中员工的职业化素养和社会价值都会得到提高。

2研究的方法

调研方法

本次调研主要使用文献阅读研究和问卷调查法。文献阅读研究法是指通过阅读相关文献来了解梅赛德斯-奔驰客户满意度情况，并对梅赛德斯-奔驰进行相关历程和现状进行了解，总结出研究中存在的问题，并从这些存在的问题着手。问卷调查法主要是通过内容明确、表达清晰的调查问卷让被调查者根据实际情况填写，获取梅赛德斯-奔驰对客户满意度各方面数据累计分析，从而收集研究所需数据的方法。

统计方法

采用管理统计中描述性分析。管理统计中描述性分析是指对调查总体所有变量的有关数据做统计性描述，以发现其某些内在规律的分析方法。

调研方案设计

3客户满意度

汽车市场顾客满意度的概念

经查阅文献后，汽车市顾客满意度主要包括产品的满意度和服务的满意度。

产品满意度包括对质量、价格、性能、车型外观的设计四方面的满意度。性能是顾客优先考虑的第一个因素，它包括安全性、舒适性、刹车性能、环保性能、百公里实际油耗这几个方面的内容。在考虑完质量和价格后、顾客还会考虑车型外观设计，而车型外观设计方面主要包括车型外观、车内空间、内饰。

服务满意度主要包括顾客对销售时的服务和销售后的服务的满意度。销售时的服务包括：销售人员的服务态度、销售人

员的业务水平及专业知识、购车流程便利型、接车顺利行、付款方式、汽车金融服务这几方面的内容。售后服务主要包括：维修人员服务态度、维修人员业务水平及专业知识、配件质量、配件价格、维修质量、维修价格、维修及时性、维修便利性、维修期间提供替代车情况、以及经销商所提供的免费保养次数。人们现在更多是考虑售后服务。

适情况、休息场所舒适情况、场地清洁情况。企业形象包括：企业信誉评价、品牌形象、员工形象。附加价值包括：顾客投诉处理情况、是否继续购买、是否推荐他人光顾。我认为企业环境、企业形象都会影响顾客的满意度，而顾客投诉处理情况将会受到很多顾客的关注。

顾客满意度评价体系

汽车市场满意度包括销售满意度、汽车性能满意度、质量满意度和售后服务满意度。

1、影响汽车市场顾客满意度的因素

4样本确定

那么在客户满意度调查中具体如何确定呢？在实际的操作中，我们使用了范围很广的是抽样调查方法，抽样调查与普查方法相比，抽样具有以部分推断总体、时效性强和调研成本低的特点，也克服了一些传统的调查方法，如重点调查、典型调查）的主观性、随意性和代表性不强等弱点，是较为科学和客观的一种调查方法。

在本次对梅赛德斯-奔驰汽车满意度的调查中，我们选择了非随机抽样中的判断抽样。判断抽样是指根据调查者的主观判断进行抽样，或由该领域内有经验的专家选定样本。而我们选择了桂林市最为繁华热闹的十字街，根据我们的调查者的主观判断来选择。

5问卷设计

这次的调查问卷我们针对梅赛德斯-奔驰客户，囊括了对梅赛德斯-奔驰汽车的看法、注重梅赛德斯-奔驰哪些方面以及愿意选择的售后服务的场所等主要内容。其中对梅赛德斯-奔驰的关注包括之前是否关注过梅赛德斯-奔驰、了解的渠道、对梅赛德斯-奔驰这个品牌的印象以及选择梅赛德斯-奔驰这个品牌的初心。注重梅赛德斯-奔驰哪些方面包括有购车时车辆颜色的选择、购车时是否会先试车、购车时会更注重哪些方面以及购车的用途。愿意选择的售后服务的场所包括是否去过本市唯一一家梅赛德斯-奔驰授权经销商桂林龙星行汽车销售服务有限公司以及做保养是否会选择去4s店还是其他地方。

这份问卷每个问题都有相应的选项可以选择。

6问卷调查分析

此次客户满意度调查总共发放30份问卷，收回30份，其中有效问卷30份，有效率100%。

1. 您之前有关注过奔驰这款车吗？

a有（80%）

b没有（20%）

2. 您通过什么方式去了解奔驰？

a 非常满意□17%□b满意□53%□c一般（27%）

d不满意□3%□e非常不满意（0%）

4. 您选择此品牌的原因是什么？

a黑色□23%□b蓝色□17%□c白色□23%□d红色□33%□e黄色
(4%)

a外观□12%□b内饰□30%□c技术□17%□d空间□7%□e其他 (7%)

8. 您购买奔驰的用途是什么？

a家用□40%□b商务□47%□c旅游 (13%)

9. 你去过桂林龙星行汽车销售服务有限公司吗？

a有 (40%□b没有 (是否会去体验下) _____
(60%)

10. 您一般选择什么地方为您的爱车进行保养？

a4s店 (43%□b大型修理厂□7%□c汽车美容店□33%□d私人汽
车修理店 (17%)

7调查结果分析

通过这次梅赛德斯-奔驰客户满意度问卷调查我们得出以下几点结论：