

客户满意调查分析报告 客户满意度调查报告(精选5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？这里我整理了一些优秀的报告范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

客户满意调查分析报告篇一

20xx年，售后部开展了11年客户满意度调查。本次调查针对扬州的相关客户（允许随机抽样调查）。

统计结果表明，320名客户总满意度为86.25%，同比10年同期有所提升。对比10年情况分析可以看出：

1、客户接触我们的产品基本上都是由我们的业务代表人员电话拜访才获得的，因此说明了我们电话拜访回访是一个很成功的做法，同时也比较受客户欢迎。

2、在影响客户选购方面，客户对我们最满意的选项一般集中在质量方面，然后对公司产品比较不满意方面基本上是在供货速度和产品相关服务方面，这说明了我们需要再供货速度的供应链上作出改进，同时要提高相关业务人员或者后勤服务人员的服务意识。

3、在信息处理和反馈方面，从客户反映的情况来看，我们的产品出现问题之后，处理投诉情况方面，我们的业务人员的配合程度和反应速度还是比较让客户满意的，但是客户对于我们处理投诉情况的结果方面不大满意，觉得我们的处理手法与其所期望的有所差距。

针对上面分析的结果，我们需要对在客户调查过程中发现的

问题进行改进，特别是对于客户比较不满意的方面，我们需要加大改进的力度，以寻求其满意程度的改善。据此，我们将针对以下几个方面，才去相应的措施进行改善：

1、改善对客户的供货速度。对于供货速度的问题，牵涉的因素是非常广的，从原材料的供应到后期物流供应商的速度，都可能直接影响到我们队客户的供货期。因此，要比较完满地解决这一问题，关键是我们需要构建比较完整完善的物流供应链，确保供应链的每一个环节都能够不出现错漏的状况，这样子才能够保证供货的速度，提高客户的满意程度。

2、改善业务人员与后勤人员的服务意识。对于服务不到位的问题，业务人员和后勤人员的服务意识不到位，专业水准程度不够高这两个方面，是影响其服务质量的重要原因。因此，我们需要对其进行更多的培训，提高两者的服务意识和专业的服务水准，以保证我们的人员服务质量有本质上的提高。

3、针对投诉情况处理不满意的问题。对于处理结果的不满意，其中也有两方面的因素。诚然，对于客户来说，肯定是希望获得尽可能好的反馈结果，但是这往往与公司的利益会有所冲突。因此如何把握好两者的度，就需要我们好好斟酌。首先，我们需要再解决问题的过程中，多与客户沟通相关的意见，这样才能够进一步了解客户的需求。其次，在我们提出解决方案的时候，尽可能给客户多几个选择的方案，提高客户的自主选择权，这样也可能有利于客户满意度的提高。

总而言之，提高客户满意度的问题，是每个公司都需要坚持不懈地去改进的事情。这个关系到一个公司的可持续发展和发展壮大，因此我们应该要切实地重视起来，努力把公司客户满意度提高起来，成为一个让客户更加信赖满意的公司。

客户满意调查分析报告篇二

本调查为期半个月，由我公司营销人员将调查问卷发放给客

户处的关键人员填写，所得数据真实有效。调查对象为我公司国内9大彩管客户，共发放问卷45份，实际收回28份，反馈率为62%，有效率为100%，有效问卷具体情况统计如下：

1、各市场综合统计分析结果

由表1“各市场综合统计分析结果图表”看，赛格日立、深圳三星

给出了所有有效答卷各评估小项的得分分布情况，由“有效答卷评估项目分组统计结果”可知：在各评估项目下有哪些市场需要及时作出改进。

2、各评估项目统计分析结果

本着“持续改进，消除不满；顾客满意，顾客忠诚”的宗旨，本调查通过对评估项目的满意度调查数据的统计分析，找出客户期望改进的方面，指导公司内部人员进行有针对性的改进，提高改进效果，并回馈客户，做到顾客满意，最终实现顾客忠诚。

基本算法：

满意度算法：采用加权平均法

各评估小项满意度=100% \times 评估小项加权平均得分/100

综合满意度=100%

由以上算法得出综合顾客满意度为79%。

评估项目满意度排序统计结果

由评估项目满意度排序统计结果可以看出，产品适应性能、包装及质量改进等方面引起顾客不满意的主要因素，服务人员态度、沟通渠道畅通性及服务及时性等方面顾客非常满意，由此判定我公司的当务之急是技术研发方面的提升。

1、对客户留言按评估项目分类汇总

2、对客户留言分类汇总统计分析结果

3、对客户留言分类汇总按需改进留言条数所占比例进行排序
汇总结果由客户留言分类汇总排序结果表可以看出，“产品质量改进、包装、产品标识”评估项目所占比例较大，说明这三项存在或潜在的顾客抱怨或投诉的可能性很大。该项分析与前面评估项目满意度排序统计结果是基本吻合：我公司的技术研发方面有待改进，由此造成产品质量品质改进、以及产品的认定过程等方面不能令人满意；而顾客对我公司的服务满意，这是我们的竞争优势所在。

客户满意调查分析报告篇三

旅游投诉满意度显著提升。本季度全国旅游投诉满意度指数为72.63，同比和环比分别上升4.11和1.84。调查样本中，游客投诉比例由第一季度的3.7%下降到3.3%，其中团队游客、入境游客的投诉比例分别由3.6%、9%下降到3.11%、6.4%，其他非官方渠道的投诉数量比上季度减少了四分之一。

入境游客满意度达到“满意”水平。本季度入境游客满意度为81.44，同比和环比分别上升7.24和2.43，重庆、杭州、广州、大连、上海等入境目的地城市的总体满意度相对较高。入境游客对国内样本城市的城市建设、城市管理、公共服务、

行业服务等单项指标的评价环比都有所提升，基本达到80分以上，其中，大多数境外游客对我国现代化程度、知名度、民俗特色、美丽程度、文化氛围等方面的体验和评价颇高。

样本城市的游客满意度更趋均衡。本季度50%的样本城市游客满意度有所提升，其中，广安、大同、温州、九江、太原等城市游客满意度大幅跃升，东、中、西部城市游客满意度更趋均衡。

行业要素的满意度有待提升。调查反映，“吃住行游购娱”等核心旅游行业的游客满意度从低到高依次是性价比、服务、质量、特色，其中又以旅游景区票价高、秩序乱和购物质价不符、性价比低的问题最为突出，第二季度恰逢清明、五一、端午等小长假，景区涨价、旅行社不合理低价、交通拥堵和便利等现象也都成为了社会和舆论关注的焦点，有游客评论“秀美河山成了看不起风景”。

外部发展环境制约着游客体验。国内游客对区域和地方旅游形象特色雷同、游客体验不佳的评价较为突出。调查还显示，国内游客和入境游客对城市总体环境和国民旅游形象的问题反映比较突出，主要体现在卫生设施、空气质量、自然生态、市民行为等指标的评价结果较低。此外，中东呼吸综合征(mers)疑似病例、长江沉船事件等重大旅游安全和社会突发事件在游客对相关目的地城市的旅游评价结果中也都有所体现。

xx年第二季度全国60城市游客满意度指数从高到低依次为：

广安83.44、重庆83.02、合肥82.47、大同82.34、苏州80.71、北京80.68、温州80.02、南京79.21、九江78.87、太原78.40、成都78.25、黄山78.19、上海78.16、桂林77.84、武汉77.76、沈阳77.68、济南77.63、广州77.33、福州76.57、青岛76.54、宁波76.46、拉萨76.45、无锡76.14、烟台76.12、延安75.98、海口75.97、吉林市75.22、厦门75.10、张家界74.74、三亚74.64、杭州74.44、承德74.42、郑州74.31、乌鲁木齐

齐74.13、石家庄74.12、长春74.08、湘潭73.42、大连73.23、遵义73.08、天津73.02、长沙73.01、深圳72.95、西安72.87、贵阳72.52、秦皇岛71.98、哈尔滨71.84、延边71.55、呼和浩特71.54、昆明71.53、珠海71.50、银川71.29、兰州70.73、南昌70.55、西宁70.44、北海70.15、赣州68.91、洛阳68.90、丽江64.62、南宁64.53、汕头62.60。

客户满意调查分析报告篇四

为了加强与原料运输客户的沟通，了解我分中心是否能满足客户的需要并对客户满意度进行调查回馈，以解决原料运输客户遇到的问题，努力满足客户的需要，并在此基础上持续改善，从而提升客户对分中心的满意度，完善蚌烟的整体形象。

此次调查采用问卷法，经过烟叶醇化库片区负责人向负责为烟叶醇化库原料运输的客户发放问卷，客户填好问卷后，回传至仓储管理员，最终由分中心统一收回。选择客户的标准为所有原料运输客户。

此次调查问卷调查对象为原料运输客户。

针对原料运输客户的调查问卷一共有7项，囊括对分中心原料班组成员的看法、对服务的满意程度以及提议三个方面资料。其中，对原料班组成员包括是工作质量、员工水平素质、特急问题处理等；对服务的满意程度包括服务意识、协调沟通和安全装卸、文明作业等；提议包括需要改善方面、需改善或学习其他分中心的做法、配套设施需改善的地方、对优化流程的提议和不满意的具体案例及想法。

问卷中的每个可选项均有5个选项，来选择满意程度，非常满意与满意算作满意，其他算作不满意，并计算满意率。

此次客户满意度调查，截止目前共收回客户问卷43份，有9名

客户因为各种原因未能参与调查。据此分析，调查中的绝大部分客户对于我们还是满意的，可是也有部分客户对于我们不太满意。

1. 改善前

在原料运输客户的调查问卷中关于对服务满意度调查，其中对服务意识的满意度为58.33%，对工作质量的满意度为70.83%。从总体上看，大多数客户对我们的。工作质量服务还是满意的，但也有29.17%的客户对我们的服务意识还不满意，这个比例不是很小，说明我们还存在问题，有较大的提升空间，而在协调沟通是否顺畅上我们仅有58.33%的客户感觉到满意，有41.67%的客户都感到不满意，这说明我们在协调沟通上还有很多的缺点需要克服，有很多工作需要改善。我们在仓储管理人员解决特急问题的处理上让客户较为满意，应当继续坚持；并且仓储人员的工作水平及业务素质上我们给客户的印象也不错，满意度到达了84.21%，可是还是有客户不满意，我们应当从中找到问题并予以解决，争取做到最好。而我们的信息处理流程服务不是很令人满意，满意度只到达26.32%，有14人觉得一般，这说明在这个问题上我们存在很多问题，需要制定详细的方案，必要时候能够提高成本从而到达让客户满意的效果。

2. 改善后

针对信息处理流程服务，我们及时把问题查找清楚，并进行妥当解决，合理地提高效率，从而赢得客户的口碑，取得客户的认同。

在此次调查问卷中，对员工行为规范的满意度为84.21%，对出入库单据办理的满意度为94.74%，对沟通便捷程度的满意度为89.47%，对客户信息处理速度的满意度为78.95%，对客户信息处理结果的满意度为73.68%。

由上述数据能够看出，7个调查项的平均满意率为83.46%，这说明绝大部分客户对于分中心的服务还是满意的，像员工行为规范、出入库单据办理满意度、沟通便捷程度这几项目前我们做的比较好。总体满意度为94.74%，从而到达让客户满意的结果。

客户满意调查分析报告篇五

掌握顾客满意的信息作为测量质量管理体系的业绩。

运用于与顾客沟通和对顾客满意程度的`测量。

销售部负责记录、接受处理顾客信息，并在日常富足中注意收集客户对工作的意见；销售部负责将客户反映问题转给相关单位；销售部负责定期汇总并分析顾客满意度。

4.1顾客满意度指顾客对其要求已被满足的程度感受，是一个具有相对性的心理范畴概念，是企业发展改进的重要信息之一。

4.2顾客信息的收集

4.2.2销售部每个月对当月的《客户满意度调查表》并将调查结果统计、汇总在《顾客调查汇总表》。

4.2.3销售部负责定期将客户满意度调查结果汇报给房地产事业部，由其做出集团房地产板块的客户满意度分析。

4.2.4顾客信息处理对顾客的面谈、信函、电话、传真等方式进行的投诉和建议销售部负责按照客户投诉流程进行执行，暂不能解决的问题分有关部门协商给予解决，必要时进行专访，专门信函答复或道歉。

4.3顾客满意程度测量

销售部对来自于《顾客调查汇总表》、房地产事业部反馈信息以及其他方面相关信息进行统计分析，确定顾客对企业产品的满意程度的定性和定量信息，并确定是否执行《不合格品控制程度》及与《改进控制程序》的有关规定。

5.1 《不合格品控制程序》

5.2 《改进控制程序》

6.1 《客户满意度调查表》

6.2 《顾客调查汇总表》