

# 2023 年顾客满意度调查报告 7 篇

## 顾客满意度调查报告 1

### 一、调查目的

通过对我校学生在爱尚洗衣店洗衣的满意程度分析来体现顾客对洗衣店的满意程度。

### 二、调查方法

用抽样调查方式对我校学生进行问卷的调查，并进行数据的分析整理。

### 三、调查的组织与安排

调查的组织是石河子大学商学院爱尚洗衣店。

调查安排：首先是小组讨论确定调查的店铺企业，其次是与店家进行交流确定店家对客户需要知道哪些问题，并对问题进行记录；再次进行问卷的设计、发放、回收；之后对数据进行统计并分析；最后编写调查报告和与店家进行沟通。

### 四、问卷的设计

附 Word 爱尚洗衣调查问卷。

### 五、调查结果分析

题一：您洗衣店洗衣的周期是一个月几次

题二：您会在什么情况下选择在本店洗衣

题三：您认为洗衣店洗衣服是否便捷

题四：您觉得在洗衣店洗衣服的价格是否合适

题五：洗衣店洗衣服的速度是否让你满意

题六：洗衣店洗好的衣服干净程度您是否满意

题七：您觉得洗衣店的环境是否让你满意

题八：洗衣店的服务人员的服务是否让你满意

题九：您更愿意接受在本店出售的充值卡面值为

题十：在本店洗衣的等待期间，您会采取什么方式打发时间？

题十一：我店还提供一些其他服务，你最希望哪一种？

题十二：您对洗衣店还有什么建议

1、洗衣店内有桌椅更便于客户坐；

2、洗衣速度，别人洗好衣服不拿走；

3、能够电话预约

4、多加几台洗衣机，机子太少，周末人多的排队；

5、添加其他项目，比如娱乐类的或者是提供 WIFI;

6、营业时间尽可能长点;

7、提供洗衣粉;

8、买卡不能充值（这一点已解决）

总结:

一般我院学生去洗衣店的频率为 2~3 次/月；冬天去的要更多，原因一是天气冷，不愿意洗，二是洗不干净，衣服太厚重。而对于在学校洗衣服是否便利，大部分同学认为还是比较便利的，也有少许觉得不是很便利，其中女生居多，她们认为可以送货上门比较好。对于洗衣店的价格，普遍认为还是比较合理的，可以接受。对于洗衣速度以及干净程度还有环境和服务态度还是比较满意的。大家普遍可以接受洗衣卡的面额为 25 元。在洗衣期间，大部分人选择回宿舍等待，而对于洗衣店应该开的附加业务选择烫衣服和衣服保养以及送货上门的比较多，其中女生更愿意让送一下，而男生比较愿意提供对衣服的养护。

六、给企业的建议

1、应提高洗衣质量以及服务态度，态度好可以给人留下好印象，吸引更多的人。

2、洗衣店的确应增加一点附加业务来吸引以及稳定客源，而不仅仅只是单一的洗衣服！

3、多与顾客交流，采纳正确的观点与建议。

小组成员：朱一帆王培彬吴伟

罗天亮姚楚娥张佳瑞

## 顾客满意度调查报告 2

随着校园快递业务的深入，大学生正成为快递服务的主要消费群体。由于大学生使用快递的多样性和特殊性，快递公司采取了更加灵活的服务方式。随着快递成为校园生活的一部分，学生们对快递服务有了新的期望。他们的满意度直接影响到快递公司在校园用户中的形象和声誉。因此，有必要对校园快递用户的满意度进行研究，同时对快递服务业提出建议。

### 一、调查发现

有效问卷数量和调查结果表明，使用快递的校园用户主要是女生，男生和女生的使用频率差异很大；使用快递的主要原因是网上购物，这与快递的快速扩张和电子商务尤其是网上购物的快速发展密不可分。

调查结果显示，客户普遍满意的快递公司，具有投递速度快、工作人员服务态度好、价格低、发货安全等优势。从所有快递公司的角度来看，员工的送货速度和服务态度更好，对商品包装的总体满意度更低。送货地点的固定性、距离学校的远近、工作人员的服务态度，直接影响客户的心情和客户未来的选择。

对校园用户在选择快递服务时考虑的主要因素进行的调查显示，快递速度是最受关注的因素，6.61%的受访者选择了这一选项，其次是安全送货、价格和收发人员的服务态度，包装方式是用户选择快递服务时最不担心的因素。影响选择和性别因素的交叉分析表明，女生比男生更关注是否送货上门，对送货速度的要求也比男生高。

当遇到交货延误、货物损坏、服务人员态度不佳等问题时，只有23%的受访者选择向快递公司投诉，11%的受访者选择与员工交谈但不投诉，近40%的受访者选择不投诉但不使用公司服务。只有少数向快递公司投诉的用户得到了满意的解决。大多数投诉人对快递公司的解决方案不满意，近30%的投诉人没有收到快递公司的任何解决方案。可以看出，校园用户很少采取积极措施维护自己权利的原因可能是快递公司在处理投诉时效率低下和被动，也发现校园快递用户缺乏有效合理的维权渠道。

## 二、结论和建议

随着电子商务尤其是网上购物的快速发展，快递行业也迅速扩张。大学校园出现“快递热”也就不足为奇了。通过这次调查，我们对校园快递的使用和用户满意度有了基本的了解，从中可以得出一些基本的结论。

不同性别和年龄的用户在使用快递的频率和偏好上存在差异。比如女生经常网购，经常使用快递，对快递安全要求更高。快递的使用在大学校园是普遍的，网上购物是目前校园用户使用快递的主要目的。

大学生对校园快递的服务普遍满意，一些快递公司在快递价格、收发人员态度、安全发货三个因素上得到了校园用户的肯定。尽管如此，用户认为最不满意的因素恰恰是这三个；同时，这三个因素在用户评价快递公司的服务时占有很高的比重。综合分析表明，这三个方面的改进应该作为快递公司有效优化服务质量、提高客户满意度的重点。

当对快递服务不满时，校园用户很少采取积极措施维护自己的权利，造成这种现象的主要原因可能是快递公司不积极、低效地处理用户投诉。

### 顾客满意度调查报告 3

服务是留住顾客的有效手段。有研究表明，获取一个顾客的成本是留住一个老顾客成本的 5 倍，想要提高美容院核心竞争力的重要途径，也是要从服务下手，细节更能体现美容院的优势，留住顾客：

1、美容院员工知识能力与顾客的需求良好配合，不管是美容师还是美容顾问还是清洁工，只有全体员工的充分配合才能创造最开心的服务环境，环境是员工的第一要素。

2、员工能否胜任工作，每一个岗位的员工都需要清楚的知道自己的工作内容并能够按时完成。

3、顾客与员工对彼此均有合理的期望，员工不会今天跳槽，明天就试着换一家美容院，顾客也不会指挥美容师像自己的奴隶。

4、顾客需求可被准确的诊断，美容顾问能够准确的抓住顾客的需求，并建立起顾客信任度，从而相信这是一家正规的美容院。

5、员工相信自己所做的是最有益顾客的，而不是认为自己骗了顾客的钱。诚信不仅仅是对顾客的表现，也建立在长期的人品、信誉上，而员工就是老板人格和品格的证人，她们因此判断选择自己的“钱途”。

6、员工与顾客间有效的沟通，要学习有效沟通的技巧，用同理心倾听顾客的话，从中真正领会顾客的需求。

7、员工与顾客间保持信任与信服，员工对顾客展露的亲情和热情只能让顾客更加信任，像自己人一样，这就是敬业。大部分美容院都能够做到这一点，然而美容院最大的特点就是技术、就是服务，顾客还需要我们在沟通时表现出专业的一面，这样才能让顾客信服。顾客因此觉得亲切，而不会失去与美容院的距离，反而不好意思、没法再谈价钱。

8、所有服务人员明了经营及服务的目标，美容院拥有自己的价值观和文化准则，并有效的教育了所有的员工。

9、有一个准确而独特的经营定位，使美容院在竞争中立于不败之地，所有员工也明了自己的定位，并为之自豪。

10、很多美容院的经营是靠美容师与顾客之间的感情联系来扩大经营范围的，一个好的顾客身边总有好几个好朋友。如果这家美容院给他们足够到位的服务后，并建立了良好的口碑，无形之中也会给美容院引来大量的客源，靠一传十，十传百的口碑效应来达到目的。如果人情

与市场结合，随之而来的人情生意，其结果可能丧失立场，丧失原则，生意会越来越难做，一个美容院的管理者应该要有坚定立场，让人情销售与市场销售分开。

11、顾客是上帝不应该放在嘴上，而应该放在心上，真正懂得顾客心理的美容师是实实在在的为顾客着想的，而不是靠打点折扣，施点小恩小惠来满足顾客的小要求。

## 顾客满意度调查报告 4

银行是典型的服务行业，客户的满意和信任，是我们实现企业生存和永续发展目标的出发点和立足点。在客户成为市场竞争至关重要资源的同时，客户满意度则成为至关重要的服务内容。行随着中国农业银零售网点的'转型的不断深入改革，“以客户为中心”这一服务理念和服务宗旨也不断深化。

### 一、调研方式

笔者对\_\_\_\_银行进行了暗访调查。通过以顾客身份办理业务的方式对银行在文明优质服务、服务效率、便民服务等方面进行了调查。调查结果具有一定现实依据，能够真实反映该网点的服务质量。

### 二、调研结果

#### (一) 调查表以及调查结果

## (二) 银行整体满意度

根据以上数据分析得知，当前我行顾客满意度处于中等水平，虽然客户已经收到相对比较规范的服务，但服务过程的愉悦感仍有待加强。

例如：

1、填单台与休息等候区、高柜区之间距离较远，一些客户填单速度较慢，因此很容易出现过号现象。这让一些顾客办理业务时感到不是非常方便、快捷。

2、排队现象时有发生。午餐和交接班时间由于员工办事效率较低，常引起排队等候现象；而另一原因则是由于特殊业务办理程序复杂消耗时间太长。例如大额现金存取、挂失、开户、购买基金、电子银行签约等特殊业务需要花费很长时间，很容易引起排队。

3、自助设备供小于求。一些顾客抱怨缺少自动补登折、流水打印等自助银行服务设备；自助设备不能办理电费、电话费、交通罚款等中间业务；ATM机常出现缺钱、缺纸的现象，有时还会出现卡钞、吞钱等系统故障。

4、我行提供的业务不是很丰富。比如水费、移动电话费、煤气费等中间业务我行都还没实现代收代扣。

5、投诉建议通道不是很通畅；补救措施不是很得当。

因此文明规范的服务是银行业最基本的职责，是打造银行优质品牌，提高银行核心竞争力的关键。作为现代服务业，银行业的竞争归根

要在日趋激烈的国际化竞争中站稳脚跟，取得并保持优势，必须把优质服务作为永恒的主题，以客户为中心，实施服务制胜战略，将文明规范服务的要求和标准嵌入到经营管理的各个方面，融入到银行各个业务领域，不断改善服务环境，完善服务设施，改进服务手段，创新服务品种，规范服务行为，提高服务效率。

## 5

质量对于建筑行业来说是非常重要的，就像一栋大房子需要稳定和牢固的基础才能经得起风吹雨打。通过建筑质量问题的重要性入手，以此来了解顾客满意度的重要性。

顾客满意度的概念：

顾客满意度是指业主或建设单位在项目建设前对工程项目质量的预期与项目建设完成投入使用后对项目质量实际感受的比较。

随着建筑产品交易市场的逐步完善，能否让业主满意已经成为影响建筑施工企业长足发展的关键因素，业主对施工企业的不满意会严重影响到施工企业的形象和后续工作的开展。所以对施工企业业主满意度的影响因素的分析就显得十分的重要。顾客满意度的影响因素可以从信息收集方法、信息\_\_\_\_\_渠道、测量方法等三个方面来进行分析。

顾客满意的信息主要通过调查表或访问的途径收集。顾客满意信息的收集需考虑与公司日常运作相协调，保证信息收集及时、准确，为决策提供依据。

收集渠道主要从以下几方面进行

a、项目部可在建设单位、监理单位和设计单位与公司的各种例会、日常工作接触、与公司文件往来中获取顾客信息。

b、项目部可在施工期间从单元（检验批、分项）工程、分部工程、单位工程质量检验、评定、验收和工程项目竣工验收过程中从建设单位、监理单位、设计单位和政府各行业质量监督站处获得质量满意度信息。

对顾客满意度的测量和评价需考虑影响顾客满意的主要因素、确定各因素的重要性指数和顾客满意程度的等级，顾客满意度的测评按标准要求一般需量化并可测量，采用加权平均统计概率进行度量比较符合建筑施工企业的实际。

如何提高建筑行业顾客的满意度？

1. 在工程施工过程中，项目部可通过各种渠道，主动了解业主或用户的要求，并及时做出反应。

2. 严格控制工程材料的采购使用。

①推行科技进步，提高质量控制水平。

②树立质量意识，提高建设队伍的素质和工作质量。

③强化工程质量监督关。

④加强工程竣工验收的控制。

⑤制定质量回访计划。

建筑业是一个关系到国计民生的支柱性基础产业，对国民经济的发展起到了推动作用。在现代社会，市场竞争虽然残酷，但是建筑行业可以借助现代的信息沟通技术，快捷的掌握顾客的需求信息，把握顾客的需求动向，及时提供相应的产品和服务，满足顾客需要，实现顾客满意，从而获得竞争优势，更好地发展。

## 6

### 基本概念

专业满意度调查机构认为：测量顾客满意度的过程就是顾客满意度调查。它可以找出那些与顾客满意或不满意直接有关的关键因素(用统计指标来反映，有时称之为绩效指标)，根据顾客对这些因素的看法而测量出统计数据，进而得到综合的顾客满意度指标。它也是近年来市场营销调研行业中发展最快、应用最广泛的调查技术。

### 调查目标

调查的核心是确定产品和服务在多大程度上满足了顾客的欲望和需求。就其调研目标来说，应该达到以下五个目标：

1、确定导致顾客满意的关键绩效因素；

2、评估公司的满意度指标及主要竞争者的满意度指标；

3、判断轻重缓急，采取正确行动；

4、控制全过程；

5、产品升级以及产品的更新换代。

编辑本段内容分类

就调查的内容来说，又可分为顾客感受调查和市场地位调查两部分。顾客感受调查只针对公司自己的顾客，操作简便。主要测量顾客对产品或服务的满意程度，比较公司表现与顾客预期之间的差距，为基本措施的改善提供依据。市场地位调查涉及所有产品或服务的消费者，对公司形象的考察更有客观性。不仅问及顾客对公司的看法，还问及他们对同行业竞争对手的看法。比起顾客感受调查，市场地位调查不仅能确定整体经营状况的排名，还能考察顾客满意的每一个因素，确定公司和竞争对手间的优劣，以采取措施提高市场份额。在进行满意度指标确定和分析应用的过程中，始终应紧扣和体现满意度调查的目标和内容要求。

编辑本段调查的作用

能具体体现 以顾客为中心 这个理念

企业依存于其顾客，因此应理解顾客当前和未来的需求，满足顾客要求并争取超越顾客期望。现在国际上普遍实施的质量管理体系能够帮助企业增进顾客满意，如顾客要求产品具有满足其需求和期望的特性，在任何情况下，产品的可接受性由顾客最终确定。但是，顾客的需求和期望是随时不断变化的，顾客当时满意不等于以后都满意，如顾客提出要求才去满足，企业就已经处于被动了，且必然会有被忽略的方面。要获得主动，企业必须通过定期和不定期的顾客满意度调查来了解不断变化的顾客需求和期望，并持续不断地改进产品和提供产品的过程，真正做到以顾客为中心。

#### 确定企业顾客满意策略

企业进行顾客满意度调查，不只是为了得到一个综合统计指数，而是要通过调查活动，发现影响顾客满意度的关键因素，以在提高顾客满意度的过程中能对症下药，制定有效的顾客满意策略。顾客满意度的测量始终要考虑竞争对手的情况，并进行比较，确定企业与其主要竞争对手在满足这些期望和要求方面成功的程度，即优势和劣势各处在哪里。这样可以使企业做到知己知彼，制定合适的竞争策略。

#### 折叠节约企业成本，提高经济效益

顾客满意度调查贯穿企业生产经营全过程，从设计产品之初就考虑到顾客的需求和期望，使其提供的产品或服务得到顾客的认可，并获得顾客满意。之后，在企业定期的顾客满意度调查中，企业会越来越了解顾客，会准确地预测到顾客的需求和愿望的变化。这样，企业就不用花更

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/875321134222011330>