

# 最新客户满意度评价调查报告(实用5篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。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。

## 客户满意度评价调查报告篇一

此次接收调查的4家客户，是我司按照业务量来选取的有代表性的客户。这4份有效问卷中得出的综合满意度率86.5%，未达到公司90%满意率的目标。为了尽快找出问题达到公司预计的目标，现就问卷中六个项目逐一分析如下：

劳动成果受到肯定，毕竟制造业产品质量是企业的命脉我们将继续保持严格把关，争取更好的成果。

户不同产品，分清缓急，尽量让所有客户都满意。

上还是满意的，但是也有不足的地方。在以后的工作中，我司要定期的对进行员工的技术指导，熟悉、掌握相关的技术，这样在给客户提供服务的时候才可以得心应手。

下，对于服务技术和服务态度都不太满意的来自同一家客户，这家客户是业务量很少的一家客户。分析应该是客服人员跟进这些客户的时候稍有疏忽。这点需要不断提醒客服人员端正服务态度，通过培训提高职业素养，为更好服务客户做好铺垫。

是85%。总体上还是满意的，有两个小问题。一个是备库问题，在以后的合作中如有需要备库的双方要在合同里写清楚，一切细节都会按合同来。另一个是物流问题，有个别客户反映快递的服务和速度。针对这一问题，我司会采取多家快递制

度，同时跟多家快递合作，根据不同客户的地理位置和要求用不同的快递公司，尽量提高工作效率。以上针对不足采取纠正措施的地方，要间隔一段时间后再次对客户进行回访以检验纠正工作的效果。

## 客户满意度评价调查报告篇二

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。

## 客户满意度评价调查报告篇三

此次接收调查的4家客户，是我司按照业务量来选取的有代表性的客户。这4份有效问卷中得出的综合满意度率86.5%，未达到公司90%满意率的目标。为了尽快找出问题达到公司预计的目标，现就问卷中六个项目逐一分析如下：

一、产品质量4家客户中有两家非常满意，两家很满意。得出这样的结论倍感欣慰，劳动成果受到肯定，毕竟制造业产品质量是企业的命脉我们将继续保持严格把关，争取更好的成果。

三、交货期4家客户中有两家非常满意，两家很满意。这项我司也会努力协调不同客户不同产品，分清缓急，尽量让所有客户都满意。

四、服务技术4家客户中两家非常满意，一家很满意，一家不满意。从问卷来看总体上还是满意的，但是也有不足的地方。在以后的工作中，我司要定期的对进行员工的技术指导，熟悉、掌握相关的技术，这样在给客户提供服务的时候才可以得心应手。

五、服务态度4家客户3家非常满意，一家一般。这项跟服务技术相似，仔细看了一下，对于服务技术和服务态度都不太满意的来自同一家客户，这家客户是业务量很少的一家客户。分析应该是客服人员跟进这些客户的时候稍有疏忽。这点需要不断提醒客服人员端正服务态度，通过培训提高职业素养，为更好服务客户做好铺垫。

六、其他的综合因素4家客户中两家非常满意，一家很满意，一家一般，综合满意率是85%。总体上还是满意的，有两个小问题。一个是备库问题，在以后的合作中如有需要备库的双方要在合同里写清楚，一切细节都会按合同来。另一个是物流问题，有个别客户反映快递的服务和速度。针对这一问题，我司会采取多家快递制度，同时跟多家快递合作，根据不同客户的地理位置和要求用不同的快递公司，尽量提高工作效率。以上针对不足采取纠正措施的地方，要间隔一段时间后再次对客户进行回访以检验。

## 客户满意度评价调查报告篇四

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》

## 客户满意度评价调查报告篇五

20xx年3月份，营销总部第一次由电话坐席员通过电话呼叫中心，以电话呼出方式对武汉市部分零售客户进行了满意度调查，抽查客户按照每位客户经理抽查5户的比例，平均分布13个区营销中心管辖范围，合计调查客户1365户，其中得分最高的为洪山，得分89.09分，得分最低的为江岸，得分82.85分，武汉市局平均得分为85.52分。（详细得分情况见附表一）

本次满意度调查中，低档烟供应情况得分极低，绝大部分的客户对于低档烟供应情况不满意，该项得分最高分为洪山，得分55分，最低分为江岸，得分19.9分，武汉市平均得分为36.09分，属于历次满意度调查各项得分中的最低分，原因一方面在于低档烟供应量比较大，对零售客户造成了较大的库存，影响了零售客户的卷烟经营资金的正常运转，形成了较大的库存压力，部分零售客户的低档烟库存达到了15件以上；另一方面，零售客户在主观上是不愿意进行低档烟积压的，但仍然在每次进货过程中订购低档卷烟，不难推断出客户经理在销售低档烟过程中存在压销的销售手段，客户经理低档烟销售策略的使用不当也必然会导致零售客户存在抱怨和不满的情绪，第三，电话坐席员是订单的记录者，容易让客户将订货和满意度调查两种不同电话沟通方式产生混淆，从而导致客户在接受满意度调查的过程中主观上放大对于低档烟销售工作不满情绪，导致该项得分过低。

说明各区对于零售客户的投诉和咨询处理方式还不够完善。

本次满意度调查中，对投诉建议反馈及时性及处理结果得分偏低，一部分客户对于投诉建议反馈及时性及处理结果存在不满，该项得分最高分为洪山，得分82.67分，最低分为黄陂，得分59.38分，武汉市平均得分为73.29分，属于本次调查中得分偏低的项目。针对这一情况，我们对武汉市公司3月份接到的投诉进行了清理，全月投诉仅两例，证明大部分的投诉直接投诉到区局营销中心，或在客户经理拜访中直接向客户经理进行反映，而从该项满意度调查过程中得分偏低来看，一方面说明客户经理或区营销中心在处理客户投诉过程中不够及时、反馈结果不能让客户满意，也可能存在处理关于低档烟投诉的时候缺乏行之有效的处理方案，导致客户存在抱怨和不满；另一方面说明客户的投诉没有按照规定投诉处理流程向市局客户服务部及时反馈和传递，致使市局无法及时掌握零售客户的真实动态和反映，不能进行针对性的处理和调整。

一、二类卷烟，利润空间相对较大，部分零售户存在低价竞销的情况，引起区域零售价格略有下滑，造成零售客户感觉周边竞争对手价格执行不到位的印象，在本次客户满意度调查中体现出来。

该项调查结果市局得分为75.99分，零售毛利取决于市公司购进和投放卷烟的结构问题，一季度卷烟投放无论从数量和结构上都要高于其他期间，零售毛利应该是可以得到保证的，那么，零售客户的抱怨究竟来自哪里呢？根据我们的分析，该项得分偏低原因一方面在于部分零售客户存在着对更高档黄鹤楼系列卷烟的潜在需求，例如感恩、漫天游、问道等，他们认为自己完全具备销售此类卷烟的能力和潜在消费群，如果柜台上以软、硬珍品黄鹤楼为黄鹤楼系列的最高端品牌则不能体现出自身与小客户之间的区别，再加上该类卷烟批零差空间大，利润高，可以增加获利，存有对部分高端黄鹤楼系列卷烟适当改变投放策略的愿望；另一方面由于低档卷烟库存较大，零售客户基本上不可能按照零售指导价进行销售，在一定程度上也存在着对理论上利润的损失。

本次满意度调查服务项目得分90.9分，货源供应项目80.14分，两者相差超过10分，一方面说明我们的客户经理在常规服务方面已经形成一定的规范和流程，客户对我们提供的服务比较满意，没有明显、迫切的增设新服务项目的要求，另一方面说明客户对于货源供应方面非常关心，关注程度很高，由于货源的供应直接关系到客户的切身利益，所以对于货源分配的“公平、公正、公开”要求比较严格，相对来说比较难以满足，所以在历次的满意度调查中，客户服务项目得分偏高就不难解释了。

初次通过电话进行客户满意度调查，我们在前期进行了大量的准备工作，包括对于调查问卷的调整、对坐席员询问方式的培训、相关系统开发等，但是，通过事后进行调查录音的调听，我们发现坐席员对于客户反馈的评判标准不一，例如客户回答“还可以”，坐席员可能做出“比较满意”和“一般”两种评判而影响最终的得分，我们将根据这次调查中的现象进行再次培训，逐步减小调查人员主观因素对调查结果的影响。

对满意度调查中出现问题的解决方案和改进建议：

2、对于满意度调查中零售客户反映的投诉渠道不畅、反馈不及时的问题，我们将通过规范投诉处理流程，提高投诉、咨询处理的及时性，纠正目前存在的隐瞒投诉、漠视投诉、投诉处理虎头蛇尾等问题。

3、对于零售客户认为周边客户明码标价工作执行不到位的情况，我们将加强对区营销中心该项工作的要求，同时，在每月市场走访中加强对零售价格到位情况的检查，维护卷烟零售市场公平竞争、有序经营的正常秩序。

4、加强对于坐席员进行满意度调查的`培训，通过规范统一询问用语，制定统一评判标准，弱化操作人员主观意志对于满意度调查结果的干扰和影响。

本次满意度调查是对满意度调查工作新方法的一种有益尝试，将每季度调查变更为每月调查，有利于我们及时掌握零售客户对于烟草公司各项经营工作和服务工作的反馈，我们将对调查的方法进行不断的完善，并有效运用调查结果，促进各项工作的不断提升。