

STRESZCZENIE

TYTUŁ PRACY:

Zarządzanie relacjami z klientami jako element zarządzania firmą usług kosmetycznych na przykładzie województwa śląskiego

Rynek usług kosmetycznych jest obecnie jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się dziedzin działalności gospodarczej nie tylko w Polsce, ale w całej Europie. Tym samym stale rośnie konkurencja wewnątrz branży, a podstawowym wyznacznikiem kształtującym wielkość i strukturę rynku jest liczba nabywców tych dóbr i usług. Duża konkurencja w branży kosmetycznej wymusza doskonalenie i implementowanie skutecznego zarządzania relacjami z klientami opartego o dwa najważniejsze trendy współczesnego marketingu takie jak: marketing 3.0 oraz marketing 4.0. Dlatego najważniejszymi środkami pozyskiwania klientów jest stosowanie najprzeróżniejszych motywatorów marketingowych.

Głównym celem utylitarnym rozprawy doktorskiej jest ocena skuteczności dotychczasowych sposobów zarządzania relacjami z klientami oraz zaproponowanie w tym zakresie bardziej racjonalnego sposobu takiego zarządzania wraz z odpowiednimi rekomendacjami praktycznymi.

Przedmiotem badań są marketingowe sposoby zarządzania relacjami z klientami, stosowane w firmach usług kosmetycznych województwa śląskiego. Badaniami tymi objęto małe i duże gabinety kosmetyczne w województwie śląskim.

W badaniach zarządzania relacjami z klientami firm kosmetycznych zastosowano w ramach metody diagnostycznej dwie grupy technik badawczych, a mianowicie:

- a. socjologiczne techniki pozyskiwania informacji dotyczące dotychczas stosowanych sposobów zarządzania relacjami z klientami: ankiety, wywiady, case study, badania audytoryjne, bezpośrednie obserwacje uczestniczące,
- b. techniki heurystyczne projektowania zmian oraz doskonalenia tych relacji: burza mózgów oraz technika 635 oraz technika delficka.

Z badań ankietowych i wywiadów wynikają bezpośrednio liczne rekomendacje praktyczne, które powinny stosować gabinety kosmetyczne. Oprócz w/w rekomendacji wynikających bezpośrednio z badań ankietowych i wywiadów uzyskano dodatkowo wiele pomysłów sformułowanych w drodze zastosowania różnych technik heurystycznych. Wszystkie rekomendacje praktyczne zostały także z punktu widzenia ich skuteczności, oszacowane „a priori” techniką delficką.

Zostały również osiągnięte główne cele rozprawy, a także zweryfikowano pozytywnie wszystkie trzy hipotezy badawcze.