**پرسشنامه رضایت مشتریان از شرکت**

پرسشنامه فوق با هدف سنجش رضایت مشتریان از شرکت طراحی شده است. این پرسشنامه محقق ساخته و متشکل از 14 سوال که بر اساس طیف 5 گزینه ای لیکرت از کاملا راضی تا کاملا ناراضی نمره دهی شده است.

**نام مشتری : نوع محصول خریداری شده :**

**سابقه خرید : نحوه خرید :**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **کاملا ناراضی** | **ناراضی** | **بی تفاوت** | **راضی** | **کاملا راضی** | **ســوالات** | **ردیف** |
|  |  |  |  |  | **میزان رضایت از کیفیت محصول و مطابقت آن با مشخصات فنی ارائه شده** | 1 |
|  |  |  |  |  | **میزان رضایت از کیفیت بسته بندی محصول** | 2 |
|  |  |  |  |  | **میزان رضایت از کمیت محصول تحویلی** | 3 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از تحویل به موقع محصول و زمان بارگیری | 4 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از پاسخگویی به مسائل،مشکلات و شکایات | 5 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از نحوه رسیدگی و پیگیری شکایات مطرح شده | 6 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از نحوه اطلاع رسانی شرکت در خصوص مشخصات فنی محصولات و جنبه های زیست محیطی | 7 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از همکاری در شرایط بحران (افزایش/کاهش محصول ارسالی) | 8 |
|  |  |  |  |  | میزان تمایل به خرید مجدد محصولات شرکت | 9 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از سرعت در مراحل اداری دریافت محصول(بورکراسی تحویل محصول ) | 10 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از برخورد پرسنل انبار و بارگیری | 11 |
|  |  |  |  |  | نحوه برخورد با نمایندگان مشتری در شرکت | 12 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت از پیگیری نظرات و استفاده از پیشنهادات مشتریان | 13 |
|  |  |  |  |  | میزان رضایت کلی از شرکت | 14 |

**شیوه نمره گذاری**

نمره گذاری پرسشنامه رضایت مشتریان از شرکت بر اساس طیف 5 درجه ای لیکرت می باشد؛ که امتیاز هر یک به ترتیب ذیل است: کاملا ناراضی: 1، ناراضی: 2، متوسط: 3، راضی: 4، کاملا راضی: 5، بنابراین بیشترین امتیاز این پرسشنامه 70 و کمترین امتیاز آن 14 می باشد.

**تفسیر نتایج**

مجموع امتیازات خود را محاسبه کنید و در اینجا بنویسید: ............

* امتیاز 14- 30: نشان دهنده شهرت بالای مشتریان در نزد مشتریان می باشد.
* امتیاز 31 تا 51: نشان دهنده شهرت متوسط مشتریان در نزد مشتریان می باشد.
* امتیاز زیر 52 تا 70: نشان دهنده شهرت کم مشتریان در نزد مشتریان می باشد.