**北京邮电大学网络教育学院**

**毕 业 设 计**

**论文题目：珠海格力电器股份有限公司提升客户满意度的策略研究**

**入 学 年 月 2021.09.01**

**姓 名 庄棵婷**

**学 号 214430643200012**

**专 业 电子商务**

**学 习 中 心 广东珠海学习中心**

**指 导 教 师 纪磊**

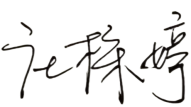
**完成时间 2023.08.11**

北京邮电大学网络教育学院

本科毕业设计（论文）诚信声明

本人声明所呈交的毕业设计（论文），题目《珠海格力电器股份有限公司提升客户满意度的策略研究》是本人在指导教师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢中所罗列的内容以外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得北京邮电大学网络教育学院或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。

论文与资料若有不实之处，本人承担一切相关责任。



本人签名： 日期：2023.08.11

**珠海格力电器股份有限公司提升客户满意度的策略研究**

**摘要**

随着我国居民生活水平的提高和消费需求的升级，空调行业竞争激烈，提升客户满意度成为格力电器等企业亟需面对的关键问题。本研究选取珠海格力电器股份有限公司为研究对象，通过对其客户进行满意度调查和深入分析，旨在发现存在的问题症结并提出切实可行的改进对策。研究方法主要包括文献研究法和问卷调查法，前者用于总结客户满意度理论、模型和测评方法，后者则通过设计调查问卷实施定量研究和定性研究相结合的满意度调研。

通过对珠海格力电器股份有限公司客户满意度的具体测评，本研究发现存在的问题主要包括产品性价比满意度较低、售后响应速度不高、功能选择多样性满意度有待提升以及新产品创新性满意度待提高。在此基础上，提出了一系列提升客户满意度的对策，包括扩大产品系列优化价格策略、增加售后服务人员提升响应效率、提供个性化定制服务以及加大新产品研发和创新力度等。

关键词：珠海格力电器股份有限公司；客户满意度；策略研究

**Research on Strategies for Zhuhai Gree Electric Appliance Co., Ltd. to Improve Customer Satisfaction**

**ABSTRACT**

With the improvement of living standards and the upgrading of consumer demand among Chinese residents, the competition in the air conditioning industry is fierce, and improving customer satisfaction has become a key issue that Gree Electric Appliances and other enterprises urgently need to face. This study selected Zhuhai Gree Electric Appliance Co., Ltd. as the research object, and conducted a satisfaction survey and in-depth analysis of its customers, aiming to identify the root causes of existing problems and propose practical and feasible improvement measures. The research methods mainly include literature research method and questionnaire survey method. The former is used to summarize customer satisfaction theory, models, and evaluation methods, while the latter combines quantitative and qualitative research through designing survey questionnaires to conduct satisfaction surveys.

Through a specific evaluation of customer satisfaction at Zhuhai Gree Electric Appliances Co., Ltd., this study found that the main problems include low satisfaction with product cost-effectiveness, slow after-sales response speed, need to improve satisfaction with diverse functional choices, and need to improve satisfaction with new product innovation. On this basis, a series of strategies to improve customer satisfaction have been proposed, including expanding the product line, optimizing pricing strategies, increasing after-sales service personnel to improve response efficiency, providing personalized customized services, and increasing efforts in new product research and innovation.

**KEY WORDS** Zhuhai Gree Electric Appliance Co., Ltd; Customer satisfaction; operational research

**目录**

[第一章 引言 1](#_Toc10083)

[1.1选题背景 1](#_Toc26412)

[1.2选题意义 1](#_Toc15215)

[1.2.1理论意义 1](#_Toc1598)

[1.2.2实践意义 1](#_Toc1980)

[1.3研究方法 2](#_Toc29549)

[1.3.1文献研究 2](#_Toc24076)

[1.3.2数据收集 2](#_Toc23175)

[第二章 客户满意度的概念与客户满意度测评的意义 3](#_Toc8125)

[2.1客户满意与客户满意度的概念 3](#_Toc4373)

[2.1.1客户满意 3](#_Toc26449)

[2.1.2客户满意度 3](#_Toc24130)

[2.2影响客户满意度的因素 3](#_Toc25391)

[2.2.1服务质量 3](#_Toc21278)

[2.2.2客户预期 3](#_Toc4960)

[2.2.3产品质量 4](#_Toc15832)

[2.2.4价值感知 4](#_Toc27234)

[2.3测评客户满意度的意义 4](#_Toc22499)

[2.3.1发现存在问题针对改进 4](#_Toc4407)

[2.3.2评估改进效果 4](#_Toc3616)

[2.3.3分析选择目标客户 4](#_Toc20838)

[2.3.4建立服务优势 5](#_Toc31621)

[三、珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评结果及存在问题分析 6](#_Toc12765)

[3.1珠海格力电器股份有限公司简介 6](#_Toc6013)

[3.2珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评指标与测评方法 6](#_Toc2446)

[3.2.1客户满意度测评指标 6](#_Toc21435)

[3.2.2客户满意度测评方法 7](#_Toc14473)

[3.2.3珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评结果及分析 7](#_Toc4817)

[第四章 珠海格力电器股份有限公司改进并提升客户满意度的策略 9](#_Toc12756)

[4.1扩大产品系列,优化价格策略 9](#_Toc13157)

[4.2增加售后服务人员,提升响应效率 9](#_Toc6737)

[4.3提供个性化定制服务 10](#_Toc19555)

[4.4加大新产品研发和创新 11](#_Toc17569)

[结束语 12](#_Toc10171)

[附录 14](#_Toc30048)

第一章 引言

1.1选题背景

随着中国国内居民生活水平逐渐提升和消费观念的不断升级，空调行业正面临着前所未有的市场竞争。这一行业的迅速发展带来了市场规模的扩大，但同时也带来了激烈的竞争格局。在这个竞争激烈的环境中，如何更好地满足客户需求，提升他们的满意度已然成为空调企业亟需解决的核心问题。

格力电器股份有限公司，作为中国空调行业的领军企业之一，不仅是市场的参与者，更是行业的风向标。其产品广泛应用于家庭、商业和工业领域，深受广大消费者的信赖。然而，随着市场的变化和消费者需求的日益多样化，格力电器必须不断审视自身的产品和服务，以适应这个变化中的市场。

本研究以格力电器为研究案例，深入探究客户满意度的问题。选择格力电器并非偶然，而是基于其在行业内的领导地位和对消费者的广泛影响力。通过对格力电器的客户进行满意度调查和深入的分析，我们将能够深刻理解消费者的需求、期望和感受，从而找出影响满意度的关键问题。

在市场竞争激烈的环境下，格力电器必须通过深入了解客户的需求，不断改进产品和服务，以确保能够在激烈的市场竞争中脱颖而出。客户满意度的提升不仅仅是企业成功的保障，更是在市场中立于不败之地的关键要素。通过本研究，我们将为格力电器提供具有实际操作性的改进建议，助力其在激烈竞争中取得更大的市场份额，提高品牌的市场认知度，从而更好地服务中国消费者，创造共赢的局面。

1.2选题意义

1.2.1理论意义

通过对珠海格力电器股份有限公司的研究，可以将客户满意度理论应用于实际企业案例，丰富理论在实践中的具体表现。这有助于深化对客户满意度概念的理论认识，为相关理论框架的发展提供实证支持。本研究成果将为其他空调企业以及不同行业的企业提供经验和启示。通过对格力电器的成功经验和问题解决方案的深入分析，其他企业可以借鉴相关策略，提升自身客户满意度水平，增强市场竞争力。

1.2.2实践意义

通过深入研究格力电器股份有限公司客户满意度的各个方面，本研究将为格力公司制定客户满意度提升策略提供具体的数据支持。这有助于公司更准确地了解客户需求，优化产品和服务，提高整体满意度水平。研究成果将有助于格力公司及时了解实施改进对策后客户满意度的变化情况。通过对改进效果的评估，公司可以迅速调整策略，确保改进措施的实际效果与预期目标一致。通过研究客户满意度的差异性，可以帮助格力公司更精准地分析和选择目标客户群体。这有助于公司在有限的资源下更有效地进行市场定位和推广活动，提高市场占有率。

1.3研究方法

为深入了解并提升珠海格力电器股份有限公司的客户满意度，本研究采用了文献综述法和问卷调查法，以系统性和全面性地分析相关理论，设计问卷并进行满意度测评：

1.3.1文献研究

文献综述是一种通过收集、整理、分析相关领域已有研究文献的方法，旨在总结和评估已有研究成果，从而形成对问题的深刻理解。在本研究中，文献综述法的目的是总结客户满意度的相关理论，为后续问卷调查提供理论基础。

1.3.2数据收集

问卷调查是收集大量定量数据的有效手段，能够全面了解被调查对象的看法和意见。在本研究中，通过设计并实施问卷调查，我们旨在获取客户对珠海格力电器股份有限公司的满意度以及影响满意度的因素的客观数据。

第二章 客户满意度的概念与客户满意度测评的意义

2.1客户满意与客户满意度的概念

顾客满意度已成为现代商业管理的不可或缺的一环，在国外更是被广泛应用作为一项重要的管理工具。这个复杂的系统包含多个要素。而在商业经营中，客户的满意程度被认为是企业成功的关键因素之一。以下将深入探讨客户满意和客户满意度的概念，从而更好地理解和衡量这一关键业务指标。

2.1.1客户满意

客户满意是指客户在消费后对产品或服务所产生的感受，是对整个消费过程和结果的主观评价。这种评价反映了消费者的情感体验，包括产品或服务的性能、质量、价格、服务等方面。客户满意不仅仅是一种单一的感觉，更是一个相对静态的状态，它可以形成客户对企业的持续印象。当客户感到满意时，通常表示他们对产品或服务的期望得到了满足，或者超出了期望。这种满意状态有助于建立积极的口碑传播，促使客户更愿意选择相同的产品或服务，并可能成为品牌的忠实支持者。

2.1.2客户满意度

客户满意度是对客户满意程度的具体计量描述，通过采用系统的方法对各种影响因素进行测量和评价，得出一个相对客观的满意度数值。客户满意度的高低直接关系到企业的客户忠诚度、市场占有率以及利润水平。为了测量客户满意度，企业通常采用各种工具和方法，如调查问卷、客户反馈、投诉处理等。这些数据收集的目的是为了更好地了解客户的需求和期望，发现潜在的问题，并及时采取措施进行改进。

2.2影响客户满意度的因素

客户满意度是企业成功的关键因素之一，它直接影响客户的忠诚度、口碑和再购买率。为了实现高水平的客户满意度，企业需要了解并关注一系列关键因素。根据已提供的参考文献，可以归纳出以下四个关键因素，它们对客户满意度具有显著影响：

2.2.1服务质量

服务质量是客户满意度的基石。它包括多个方面，如可靠性、反应性、确信性、精通性和礼貌性（泽思莫等, 2009; 拉苏拉牢等, 1988）[3]。可靠性意味着客户可以依赖服务提供商按时、按照承诺的方式提供服务。反应性涉及到服务提供者对客户需求的迅速响应，客户希望他们的问题能够得到及时解决。确信性是客户对服务的可信度和一致性的感知，客户期望在每次交互中都能够获得一致的高质量服务。精通性涉及到服务提供者的专业知识和技能，如果服务提供者表现出无知或不熟练，客户满意度将受到影响。此外，礼貌性是指服务提供者的行为和态度，客户期望受到尊重和友好的待遇。良好的服务质量有助于提高客户满意度，因为它直接影响客户对所获得服务的感受。

2.2.2客户预期

客户对服务的预期会直接影响他们的满意度（柯特勒等, 2012; 泽思莫等, 2009）[2]。客户通常会在使用服务之前形成预期，如果实际感知到的服务质量达不到客户的预期，客户满意度会降低。因此，服务提供者需要努力了解客户的期望，并努力超越这些期望，以提高满意度。

2.2.3产品质量

产品的性能和质量对于客户满意度同样至关重要（安德森等, 1994; 柯特勒等, 2012）[1]。客户希望购买的产品能够提供卓越的性能，并且具有高质量。产品问题或质量不佳会导致客户不满意，可能会对品牌失去信任。因此，企业需要确保产品的设计、制造和交付都具有高质量，以满足客户的期望。

2.2.4价值感知

客户对服务的整体价值和质量相对于价格的感知也会直接影响满意度（福内尔等, 1996; 泽思莫等, 2009）[5]。如果客户感知到所获得的价值高于所支付的价格，他们将更加满意。企业需要努力提供高性价比的服务，以满足客户的期望，建立客户忠诚度。

综合而言，服务质量、客户预期、产品质量和价值感知都是影响客户满意度的关键因素。通过关注这些因素，企业可以提高客户满意度，促进客户忠诚度，增强品牌声誉，并在市场竞争中取得成功。这些因素不仅对客户满意度至关重要，还对企业的长期可持续发展产生积极影响。

2.3测评客户满意度的意义

2.3.1发现存在问题针对改进

通过客户满意度测评，企业能够深入了解客户在消费过程中的真实感受，发现潜在问题和痛点。客户满意度调查能够细致入微地分析在哪些方面客户感到不满意，是产品质量、服务态度、价格合理性还是其他因素。有了这些详尽的反馈，企业可以有针对性地改进和调整经营策略，提高客户体验。例如，如果调查显示客户对员工服务态度不满意，企业可以加强员工培训，提高服务水平；如果客户普遍反映价格过高，企业可以考虑调整价格策略，提升性价比。发现问题并及时改进，不仅可以提高当前客户满意度，还有助于避免问题进一步积累，影响品牌声誉。

2.3.2评估改进效果

定期进行客户满意度测评，可以评估企业改进措施的实际效果。通过对不同时间段的满意度数据进行对比分析，企业可以清晰地了解到底哪些方面的改进措施取得了良好的效果，哪些方面仍需要进一步的努力。这样的评估有助于企业更科学地制定长期经营计划。如果某项改进措施没有达到期望的效果，企业可以进行深入分析，找出原因，调整策略，确保未来的改进更加精准有效。

2.3.3分析选择目标客户

不同的客户对产品或服务的要求和期望可能存在差异。通过客户满意度测评，企业可以深入了解不同目标客户群体的满意度水平。这有助于企业更精准地定位自己的目标市场，有针对性地开展市场推广活动。企业可以据此调整产品设计和营销策略，更好地满足不同客户群体的需求，提高市场占有率。

2.3.4建立服务优势

将客户满意度的结果与竞争对手进行比较，有助于企业发现自身的服务优势和劣势。这种比较分析可以帮助企业更全面地了解市场竞争格局，找出自身在服务质量、客户体验等方面的亮点和不足之处。如果客户普遍认为企业的服务在同行业中处于领先地位，企业就可以将这一点作为自身的竞争优势进行宣传，提高品牌认知度。如果存在不足，企业就可以制定改进策略，争取在竞争中脱颖而出。

三、珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评结果及存在问题分析

3.1珠海格力电器股份有限公司简介

珠海格力电气公司，成立于1991年，是一家集研发、生产和销售于一体的综合性企业。以“格力”、“TOSOT”和“晶弘”为核心的国际型企业，主营家用空调、中央空调、空气能热水器，以及移动电话、家电、冰箱等多元产品。格力电子在2018年11月13日成为首届全国优秀企业，并在2019年度“中国百强品牌”评选活动中脱颖而出。

作为一家集生产、销售于一体的大型家用电器企业，格力电气在充满挑战的市场中立足。然而，在这个竞争激烈的市场中，格力电气深知顾客满意度是取得胜利的决定性因素。随着顾客需求的不断变化和市场竞争的加剧，格力公司正面临着提高顾客满意度的紧迫任务。

本文选择珠海格力电气公司作为研究主体，旨在深入探讨如何提升顾客满意度这一关键问题。格力电气是一家专注于空调、冰箱、洗衣机等家用家电的研究开发、生产和营销的知名企业。自1991年成立以来，公司一直秉持着高品质、高效能的家电经营宗旨，深受用户信赖与赞誉。其产品不仅畅销国内市场，更赢得了国际市场的认可。

在本研究中，我们将关注格力电气公司面临的挑战，特别是在顾客满意度方面的挑战。通过对公司顾客进行满意度调查和深入分析，我们旨在发现其中存在的问题症结，并提出切实可行、具有操作性的改进对策。格力电气公司的成功经验和解决方案将成为其他企业借鉴的宝贵经验，有望为整个家用电器行业提供新的发展路径。

在这个竞争激烈的市场中，格力电气公司通过对顾客满意度的持续关注和改进，有望进一步巩固其领先地位，提高品牌影响力，创造更加卓越的企业业绩。通过深入研究顾客需求、强化产品服务，格力电气公司将在不断变化的市场中保持竞争优势，为顾客提供更优质的产品和服务。

3.2珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评指标与测评方法

3.2.1客户满意度测评指标

表3-1 客户满意度测评指标表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 |
| 产品满意度 | 价格满意度 | 价格合理性 |
|  | 功能满意度 | 产品功能完善程度 |
|  | 外观设计满意度 | 产品外观时尚度 |
|  | 技术创新性满意度 | 产品技术含量 |
|  | 可靠性满意度 | 产品可靠耐用性 |
|  | 性价比满意度 | 性价比 |
| 售后服务满意度 | 安装服务满意度 | 安装快速度 |
|  | 响应速度满意度 | 维修响应速度 |
|  | 服务态度满意度 | 服务人员态度 |
|  | 维保费用满意度 | 维保费用合理性 |
| 整体满意度 |  | 整体满意程度 |

3.2.2客户满意度测评方法

采用满意度调查问卷的方法进行测评。选择珠海格力电器股份有限公司的300名客户进行问卷调查，问卷回收率100%，题型主要是选择题，然后进行统计分析。

3.2.3珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评结果及分析

（1）产品满意度统计表

大多数客户对产品的功能和可靠性感到满意，分别占相对高的比例，分别为33.33%和50%。客户对产品的外观设计有一定的满意度，有33.33%的客户表示很满意，40%的客户表示比较满意。这表明产品的外观设计在吸引客户方面取得了良好的表现。客户对产品的技术创新性存在一定的不满意度，40%的客户表示一般满意，而只有16.67%的客户表示很满意。价格和性价比方面的满意度相对较低，只有16.67%的客户对价格感到很满意，而13.33%的客户对性价比感到很满意。如表3-2所示。

表3-2 产品满意度统计表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 满意度 | 很满意 | 比较满意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 |
| 价格 | 50 | 100 | 100 | 40 | 10 |
| 功能 | 80 | 100 | 80 | 30 | 10 |
| 外观设计 | 100 | 120 | 60 | 10 | 10 |
| 技术创新性 | 50 | 80 | 120 | 40 | 10 |
| 可靠性 | 70 | 150 | 60 | 10 | 10 |
| 性价比 | 40 | 120 | 100 | 30 | 10 |

（2）售后服务满意度

格力电器在产品外观设计和功能方面取得了显著的成功，用户对安装服务和服务态度也表达了较高的认可。然而，在性价比和整体满意度方面仍存在改进的空间。在产品满意度方面，用户普遍对外观设计（40%）和功能（33.33%）表现出较高的满意度。这反映了格力空调产品在外观和功能方面的设计受到用户认可。性价比方面的满意度相对较低，仅为13.33%，这可能意味着用户对产品价格相对于性能和特性的关系提出了一些疑虑。在售后服务满意度方面，用户对安装服务（50%）和服务态度（43.33%）的满意度相对较高。这表明格力电器在提供售后服务时表现出了高水平的专业性和服务态度。如表3-3所示。

表3-3 售后服务满意度统计表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 满意度 | 很满意 | 比较满意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 |
| 安装服务 | 80 | 150 | 50 | 10 | 10 |
| 响应速度 | 40 | 100 | 80 | 60 | 20 |
| 服务态度 | 90 | 130 | 60 | 10 | 10 |
| 维保费用 | 50 | 120 | 100 | 20 | 10 |
| 整体满意度 | 60 | 150 | 70 | 10 | 10 |

（3）功能选择多样性满意度

温度控制精确性方面，50%的用户表示很满意，33%的用户较满意，约83%的用户对温度控制精确性表达肯定。但仍有17%的用户反映温度控制可以更精准。制冷效果的满意度最高，约有90%的用户表达满意。但仍有10%的用户反映制冷效果一般或不满意，主要集中在夏季高温天气使用时制冷效果不佳。 制热效果方面，约83%的用户表达满意，但仍有17%用户不太满意。主要问题是制热量不足，室内不能快速升温。节电性能的满意度较低，仅50%的用户满意。超过1/3的用户认为空调耗电量较高。除湿效果方面，约40%的用户表示不太满意或很不满意。如表3-5所示。

表3-5 产品满意度各项指标占比统计表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 指标 | 很满意 | 比较满意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 |
| 温度控制精确性 | 50 | 100 | 80 | 40 | 30 |
| 制冷效果 | 80 | 110 | 60 | 30 | 20 |
| 制热效果 | 70 | 100 | 65 | 35 | 30 |
| 节电性能 | 40 | 80 | 100 | 50 | 30 |
| 除湿效果 | 60 | 90 | 60 | 60 | 30 |
| 防直吹功能 | 55 | 95 | 70 | 45 | 35 |

（4）新产品创新性满意

产品外观设计方面，超过80%的用户表达了满意，反映新产品在产品工业设计和设计美学上进行了改进创新，外形更加时尚、流线，获得了较多用户的认可。新功能增加方面，近80%的用户较为满意，显示新产品在智能、健康、舒适等方面进行了功能创新和追加，符合了用户使用需求。但仍有部分用户希望功能设置更丰富，建议继续扩充新产品的功能特色。智能互联功能方面，约1/5的用户表示不太满意或很不满意，主要反映在连接稳定性、控制延时等方面的体验不佳。节能环保指标方面满意度也较低，仅50%用户较满意。有用户反映新产品运转噪音较大，耗电量也无明显降低。如表3-5所示。

表3-5 售后服务满意度各项指标占比统计表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 指标 | 很满意 | 比较满意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 |
| 新技术应用 | 80 | 100 | 60 | 40 | 20 |
| 新功能增加 | 70 | 90 | 80 | 35 | 25 |
| 产品外观设计 | 100 | 110 | 50 | 20 | 20 |
| 智能互联功能 | 60 | 70 | 90 | 40 | 40 |
| 节能环保指标 | 50 | 60 | 100 | 50 | 40 |

第四章 珠海格力电器股份有限公司改进并提升客户满意度的策略

根据珠海格力电器股份有限公司客户满意度测评的结果可以看出，其客户满意度存在产品性价比、售后服务、功能选择方面服务、研发和创新方面的问题。为全面提升客户满意度，增强企业核心竞争力，珠海格力电器股份有限公司要从以下几个方面着手进行改进。

4.1扩大产品系列,优化价格策略

作为中国空调行业的领军企业，珠海格力电器股份有限公司长期以来一直致力于提供卓越品质的产品和服务，以满足广泛层次的消费需求。然而，近年来，随着中国空调市场进入激烈竞争阶段，市场同质化现象严重，这使得格力公司必须迅速调整其产品策略以创新。为了提升客户满意度，公司需要在产品战略上进行有针对性的调整，具体而言，可以从以下几个方面入手：

第一，格力公司应当致力于开发高端产品线，以满足不断升级的高端消费需求。随着居民收入水平的提高和消费升级的趋势，高端空调市场需求蓬勃发展，为格力提供了拓展高端市场的机遇。公司可组建高端产品研发团队，引进国际先进技术，开发功能更为齐全、性能更为卓越的高端空调系列。这些空调产品不仅可以具备出色的制冷效果、低噪音、以及空气净化等功能，还可以采用智能手机APP联动等高端设计，以满足高端消费者对品质和体验的高要求。

第二，中端产品是空调企业的主要利润来源，因此，格力公司应进一步丰富中端产品系列，巩固其在这一市场领域的领先地位。公司可以设计推出更多中小型空调，以满足更多一、二线城市改善型需求。同时，通过在现有产品基础上增加新功能、优化设计等方式，推出升级版中端空调系列，以刺激市场更新需求。

第三，格力公司也需注重基础市场的拓展，即推出多种低价产品。尽管这些产品的利润较低，但基础市场却是一个巨大的潜在市场，不能被忽视。公司可以设计生产造价更低的直排式空调，降低价格以吸引更多三四线城市及农村市场的消费者。此外，与线下渠道合作，推出无品牌或格力旗下其他品牌的低价空调系列，以满足不同购买能力的消费群体，有助于公司在市场中打开新的销售渠道，增加销量，进一步占领基础市场。

第四，差异化定价策略是提升产品竞争力的重要手段。格力公司应该根据产品线的不同，采用差异化的定价策略。对于高端产品，公司可以保持相对较高的价格，以匹配目标消费群体的消费心理。而对于中低端产品，则可以采取更为灵活的定价策略，根据不同区域、渠道和销售阶段，赋予产品更优惠的价格，以提高产品的价格竞争力。通过这样的策略调整，格力公司有望在市场中更灵活地应对竞争挑战，提升产品的市场占有率和客户满意度。

4.2增加售后服务人员,提升响应效率

在当前竞争激烈的市场环境中，卓越的售后服务成为维系客户关系和提升客户满意度的关键环节。然而，我国许多空调企业在售后服务方面普遍存在人员不足、响应速度慢等问题。为提升售后服务质量，格力公司迫切需要在这一领域进行更为深入的投入和改进。

格力公司可以通过加强服务人员培训，提升技术水平，以确保售后服务团队具备高水平的专业技能和出色的服务礼仪。对于现有的客服和检修人员，应进行定期的专业技术培训，同时组织技能考核，及时淘汰不符合要求的人员，以持续提升整体服务水平。此外，公司还可考虑与空调专业学校合作，吸纳一定数量的毕业生，通过企业文化和内部流程培训后，投入一线服务岗位，从而优化人员队伍结构。

通过采用预测模型，格力公司可以合理确定各地区所需的售后服务人员数量，从而适度扩充现有服务团队规模，缩短客户等待响应时间。新招聘的人员应符合公司的学历、技能等条件，并经过严格的考核，以保证团队的服务质量得到有效提升。

对于那些较为复杂的故障问题，公司可以组建专业技术支持小组，为一线服务人员提供远程协助。这些技术专家可以通过远程方式协助故障诊断、提供方案指导，确保复杂问题能够得到准确、高效的解决，从而全面提高整体服务水平，确保客户问题得到更为令人满意的答复。

公司可以建立故障知识库和案例库，为一线人员提供方便的查询工具。同时，通过开发故障智能诊断系统，公司能够辅助一线工作，提高故障定位的准确性。利用互联网手段实现客户远程服务预约、在线咨询等，也将有效提升服务响应速度与效率。这种信息化手段不仅能够提高服务的便捷性，应该为客户提供更为全方位、高效的售后服务体验。

4.3提供个性化定制服务

为满足高端客户的特殊需求，格力公司应该提供一系列个性化的空调定制服务，以更好地满足客户需求并提升品牌竞争力。为了实现这一目标，公司可以从以下几个方面入手。

为了有效管理和推动个性化定制服务，格力可以设立专门的高端空调定制部门。在这个部门中，可以选拔设计能力突出、富有创意的员工，使其专门负责高端个性化空调的设计和营销。这一定制部门应该直接面向高端用户，提供一对一的设计咨询服务，以更好地理解客户的独特需求和期望。

定制部门需要开展深入的用户需求调研。通过与高端用户保持密切沟通，部门能够了解客户的个性化需求，包括对空间风格的要求、对产品外观或功能的特殊需求等。此外，全面考察安装环境也是必要的，以便为客户提供专业的定制设计方案。

根据用户需求，格力公司应提供个性化的空调设计方案，涵盖外观样式、空调位置、功能组合等方面。一旦获得用户认可，就可以进入定制生产环节，根据方案设计生产制造独特的高端自定义空调产品。这一步骤不仅需要公司具备灵活的生产制造能力，还需要充分利用先进技术，确保定制产品的高质量和高度符合客户期望。

格力公司还需要提供专业的安装、调试和售后服务。这需要由资深工程师负责进行安装调试，以确保产品的正确运行。此外，公司还应提供专人定期维护等延伸服务，以保证客户在使用过程中能够获得全程跟进和高水平的售后支持。这样的贴心服务将进一步巩固高端客户的信任，使客户对格力的个性化定制服务充满信心。

4.4加大新产品研发和创新

在当今激烈的市场竞争中，研发和创新被视为企业成长的源动力，格力公司亦不例外。为了不断提高市场竞争力，公司必须持续加大研发投入，致力于开发创新型新品，以提供更优质的产品和服务。为了实现这一目标，格力公司制定了一系列具体的策略。

格力公司应该继续增加研发投入，力图促进技术创新。这包括进一步加大研发费用的投入力度。与此同时，公司应该优化研发费用的使用管理，以确保资金能够高效利用。为了激励研发团队的创造力和积极性，格力应该完善激励机制，可能实行股权激励、提供丰厚的创新奖金等。

格力继续加强国际合作，与全球优秀供应商和科研院所展开技术合作。例如，引进日本的风感技术、荷兰的低频变频技术等，借助国外先进技术和设计理念，推动产品技术创新。此外，公司还计划通过投资设立研发中心，以进行自主创新和产品开发。

在优化研发流程方面，格力公司应该构建专业化的研发平台，明确各环节的责任主体，实行项目负责制。同时，公司将简化审批流程，缩短各环节的时间期限，从而使新产品能够快速从方案提出到实际开发再到最终上市。为了更好地协同创新，公司应该加强与供应商的合作，缩短配套和采购周期。

格力公司应该按市场需求定位，开发差异化新品。研发新品将以市场需求为导向，对高端、中端、基础市场需求进行细分，以不同需求定制差异化的产品定位和设计理念。此外，公司应该关注未来市场趋势，开发新技术、新功能的前瞻性产品。格力公司还计划开发智能化和绿色环保的产品，以适应消费升级的趋势。

结束语

在当前激烈竞争的市场环境中，珠海格力电器股份有限公司为提升客户满意度制定了一系列切实可行的策略。通过对客户满意度的深入测评，我们深刻认识到了存在的问题，并在提出的对策中找到了有效的解决办法，以期能够在空调行业中保持领先地位。本文的结语将对格力公司提升客户满意度的策略进行综合总结。

通过扩大产品系列、优化价格策略，公司能够更好地满足不同层次消费者的需求。针对性地开发高、中、低端产品线，差异化定价，以提高产品的性价比，有望更好地适应市场的多元化需求。此外，加大新产品的研发和创新力度，满足客户对创新性的需求，是公司提升市场竞争力的有效途径。同时，增加售后服务人员、提升响应效率，公司能够更好地满足客户在使用过程中遇到的问题，提升客户的整体满意度。建立专业技术支持团队，采用信息化手段提升服务效率，有望提高服务水平，提供更便捷的售后服务。公司还可以设立专门的定制业务部门，加强用户需求调研，提供个性化定制设计和制造，公司可以更好地满足高端客户的特殊需求，提升客户的购买体验和品牌忠诚度。

如果格力公司注重增加研发投入，引进国际前沿技术，优化研发流程，公司能够更快地推出差异化新品，提高产品的市场占有率。定位在市场需求，开发差异化新品，注重智能化和绿色环保，是公司未来研发的重点方向。

因此，格力公司提升客户满意度的策略研究全面而有力，涵盖了产品、售后服务、定制服务以及研发创新等多个方面。通过积极实施这些策略，公司有望不断巩固和拓展其在市场上的竞争优势，实现可持续发展。希望格力公司能够在提升客户满意度的道路上迈出更为坚实的步伐，为客户提供更优质、更个性化的产品和服务。

**参考文献**

1. 安德森（Anderson），E. W.，福内尔（Fornell），C.，莱曼（Lehmann），D. R.（1994）。瑞典的客户满意度、市场份额和盈利能力：研究发现。《市场学杂志》，58(3)，53-66。
2. 柯特勒（Kotler），P.，凯勒（Keller），K. L.，布雷迪（Brady），M.，古德曼（Goodman），M.，汉森（Hansen），T.（2009）。《营销管理》。北京：人民邮电出版社。
3. 泽思莫（Zeithaml），V. A.，比特纳（Bitner），M. J.，格莱姆勒（Gremler），D. D.（2009）。《服务营销：整合公司的客户关注》。北京：机械工业出版社。
4. 帕拉苏拉曼（Parasuraman），A.，泽思莫（Zeithaml），V. A.，贝利（Berry），L. L.（1988）。《SERVQUAL：用于测量消费者对服务质量的多项量表》。《零售学杂志》，64(1)，12-40。
5. 福内尔（Fornell），C.，约翰逊（Johnson），M. D.，安德森（Anderson），E. W.，查（Cha），J.，布莱恩特（Bryant），B. E.（1996）。《美国客户满意度指数：性质、目的和研究发现》。《市场学杂志》，60(4)，7-18。
6. 李瑛. 共治共享视角下DX物业集团物业服务客户满意度提升研究[D].北京建筑大学,2023.
7. 蒋结春. H公司客户满意度提升策略研究[D].广西师范大学,2023.
8. 牛文辉. A环境技术公司客户满意度提升策略研究[D].广西师范大学,2023.
9. 李俊. A公司在线学习APP客户满意度提升策略研究[D].广西师范大学,2023.
10. 高惠蓉. TY供电公司服务质量提升策略研究[D].山西财经大学,2023.
11. 张无瑕. M银行国际业务客户满意度评价体系构建与提升策略研究[D].西南科技大学,2023.
12. 薛义蕙. ZX银行DF支行零售业务客户满意度影响因素研究[D].吉林大学,2023.
13. 刘君萌. 网上国网APP客户满意度提升策略研究[D].吉林大学,2023.
14. 陈薇. W家装公司客户满意度提升策略研究[D].东华大学,2023.
15. 韩想军. HT软件公司客户满意度提升策略研究[D].北京建筑大学,2023.
16. 朱军霞. GY农村合作银行客户满意度提升策略研究[D].兰州大学,2023.
17. 于宝中. ZD职业培训学校客户满意度影响因素研究[D].北京建筑大学,2023.
18. 王筱涵. A软件公司客户满意度提升策略研究[D].华东师范大学,2023.

附录

尊敬的用户：

您好！我们是珠海格力电器股份有限公司的客户满意度调研部门。为了更全面地了解您对我们产品和服务的评价与感受，以便改进提高格力产品质量，特向广大用户开展本次调研。您的宝贵意见对我们至关重要，感谢您抽出几分钟时间协助我们完成这份问卷调查。

一、个人信息

您的年龄段：

A. 18岁以下

B. 18-30岁

C. 31-40岁

D. 41-50岁

E. 50岁以上

您的职业：

A. 学生

B. 企业白领

C. 公务员

D. 其他（请填写）

您购买并使用格力空调大概有：

A. 6个月以内

B. 6个月至1年

C. 1-3年

D. 3年以上

二、产品满意度评价

您对格力空调产品价格的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调产品功能的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调产品外观设计的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调产品技术创新性的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调产品可靠性的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调产品的整体性价比的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您还有其他对产品的意见或建议吗？

三、售后服务满意度

您对格力空调的安装服务满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

格力空调出现问题后，响应速度：

A. 很快

B. 较快

C. 一般

D. 较慢

E. 很慢

格力空调售后人员服务态度：

A. 很好

B. 较好

C. 一般

D. 较差

E. 很差

您对格力空调的维保费用的满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您对格力空调售后服务的整体满意度：

A. 很满意

B. 比较满意

C. 一般

D. 不太满意

E. 很不满意

您还有其他对售后服务的意见或建议吗？

最后，衷心感谢您抽出时间完成本次调查。我们将认真总结和分析问卷结果，进一步改进产品与服务质量，以提升客户满意度。如果方便的话，也欢迎在下方留下您的联系方式，以便我们后续沟通。再次感谢您的支持与合作！