

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
PHẦN MỞ ĐẦU.....	x
1. Lý do chọn đề tài	x
2. Mục tiêu đề tài	xi
3. Câu hỏi nghiên cứu.....	xii
4. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu	xii
5. Phương pháp nghiên cứu	xii
6. Bố cục của khóa luận.....	xiii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	1
1.1. Tổng quan về dịch vụ.....	1
1.2. Khái niệm khách hàng.....	4
1.3. Vai trò của marketing đối với dịch vụ	8
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường dịch vụ bảo vệ	13
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	16
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ BẢO VỆ CỦA CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ BẢO VỆ LỘC THIÊN PHÚ.....	17
2.1. Giới thiệu chung về công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú.....	17
2.1.1. Tổng quan về công ty	17
2.1.2. Cơ cấu tổ chức.....	17
2.1.3. Kết quả kinh doanh của doanh nghiệp giai đoạn 2020 - 2022.....	20
2.1.4. Những thuận lợi và khó khăn của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	21

2.2. Thực trạng hoạt động khách hàng sử dụng dịch vụ bảo vệ của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	21
2.2.1. Hoạt động kinh doanh tại công ty	21
2.2.2. Quy trình tìm kiếm khách hàng.....	22
2.2.3. Các phương pháp tìm kiếm khách hàng của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	28
2.2.4. Thực trạng thị trường dịch vụ bảo vệ của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	30
2.2.5. Thực trạng hoạt động khách hàng sử dụng dịch vụ bảo vệ của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	32
2.2.6. Các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú.....	42
2.2.7. Nhận xét về hoạt động khách hàng sử dụng dịch vụ của công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	45
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	47
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM GIA TĂNG KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ BẢO VỆ CỦA CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ BẢO VỆ LỘC THIÊN PHÚ	48
3.1. Định hướng hoàn thiện công tác kinh doanh trong thời gian tới	48
3.2. Giải pháp nhằm gia tăng khách hàng sử dụng dịch vụ bảo vệ công ty TNHH dịch vụ bảo vệ Lộc Thiên Phú	49
3.2.1. Giải pháp về sản phẩm dịch vụ bảo vệ.....	49
3.2.2. Giải pháp về giá	50
3.2.3. Giải pháp về phân phối	51
3.2.4. Giải pháp về xúc tiến	52
3.2.5. Giải pháp về nhân lực	53
3.2.6. Giải pháp về marketing	56

TÓM TẮT CHƯƠNG 3	58
KẾT LUẬN	59
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	61
PHỤ LỤC 1	63
PHỤ LỤC 2	67