

تحقيق رضا العميل هو عملية مستمرة عبر - .يعد قياس رضا العملاء من أبرز آليات التقييم والمتابعة - مقدمة في رضا العملاء
الزمن لتحقيق ولاءه و المحافظة عليه واكتساب عملاء جدد إذ لا تسعى المؤسسة فقط لإرضاء زبائنهم، بل هي في بحث دائم عن
الوسائل التي تمكنها من تحسين مستويات الرضا و كذلك الإجابة على حالات عدم الرضا و معالجتها. وايضا في مجال الخدمات
كل التحولات التي مسّت مختلف - . تتولد حالة عدم الرضا من مجموعة من الفجوات يجب تقليصها للعودة إلى حالة الرضا
الجوانب و المجالات التسويقية جاءت نتيجة لحتمية واحدة هي تطور نظرة التسويق و نظرة المؤسسة إلى الزبون لبناء علاقة
وطيدة معه و زيادة تأثيره على القرارات الاستراتيجية في المؤسسة، فاتحه رجال التسويق في ظل هذا التحول إلى القيام بدراسات
و بحوث سلوك المستهلك للتعرف و لتحديد بدقة حاجاته و رغباته و كل ما يتعلق بإجراءات اتخاذ قرار الشراء و نتائج تقييم هذا
القرار،