

no	Customer perceived value				AVERAGE	Physical aspect
	Value/price	Quality/performance	Social value	Emotional value		
1	3	4	2	3	3.00	4
2	4	4	3	4	3.75	5
3	4	4	3	4	3.75	5
4	4	5	2	5	4.00	4
5	3	4	2	3	3.00	4
6	3	4	2	4	3.25	4
7	3	4	2	4	3.25	4
8	2	4	4	4	3.50	3
9	3	4	4	4	3.75	4
10	4	4	2	2	3.00	5
11	5	2	2	4	3.25	5
12	5	4	3	4	4.00	5
13	4	4	3	3	3.50	4
14	3	4	3	3	3.25	4
15	3	4	3	3	3.25	4
16	5	5	2	2	3.50	4
17	4	4	2	4	3.50	4
18	4	4	2	4	3.50	5
19	4	4	4	5	4.25	4
20	5	4	1	3	3.25	5
21	4	4	4	4	4.00	4
22	4	3	4	4	3.75	4
23	2	4	1	3	2.50	4
24	2	4	1	3	2.50	4
25	4	4	4	4	4.00	5
26	4	4	4	4	4.00	5
27	3	4	2	3	3.00	4
28	3	4	2	3	3.00	4
29	3	4	2	3	3.00	3
30	4	4	2	4	3.50	3
31	2	3	1	3	2.25	4
32	3	4	3	4	3.50	2
33	4	4	2	2	3.00	4
34	4	4	3	4	3.75	4
35	5	4	3	4	4.00	5
36	2	4	2	4	3.00	4
37	2	4	2	4	3.00	3
38	4	4	2	4	3.50	4
39	4	4	1	3	3.00	3
40	4	4	3	3	3.50	4
41	4	4	2	4	3.50	4
42	2	2	2	4	2.50	4
43	4	4	3	4	3.75	4
44	2	4	2	3	2.75	4
45	2	2	2	4	2.50	3

46	1	3	2	3	2.25	4
47	2	4	4	2	3.00	4
48	4	4	2	3	3.25	3
49	5	4	2	4	3.75	4
50	2	4	1	4	2.75	3
51	5	5	2	3	3.75	4
52	4	4	2	3	3.25	4
53	4	4	4	2	3.50	4
54	3	2	3	4	3.00	4
55	4	4	2	5	3.75	4
56	4	4	2	4	3.50	4
57	4	4	4	4	4.00	4
58	4	5	2	4	3.75	4
59	4	3	3	4	3.50	4
60	4	3	3	4	3.50	4
61	3	3	3	4	3.25	4
62	3	3	3	4	3.25	4
63	2	2	2	2	2.00	3
64	3	4	2	4	3.25	4
65	4	4	3	4	3.75	4
66	3	3	4	4	3.50	4
67	3	4	3	3	3.25	4
68	3	3	2	2	2.50	4
69	2	4	3	4	3.25	3
70	3	4	2	4	3.25	2
71	3	2	2	4	2.75	3
72	3	4	2	4	3.25	3
73	4	4	2	4	3.50	3
74	4	4	3	3	3.50	4
75	4	4	2	4	3.50	4
76	4	4	4	5	4.25	5
77	4	4	2	4	3.50	4
78	4	4	2	2	3.00	3
79	2	2	2	2	2.00	3
80	4	3	1	3	2.75	2
81	4	2	1	3	2.50	3
82	3	2	2	4	2.75	3
83	3	2	2	4	2.75	3
84	4	4	2	3	3.25	4
85	5	4	3	3	3.75	1
86	4	4	3	4	3.75	2
87	4	4	3	4	3.75	4
88	4	5	2	2	3.25	4
89	4	4	2	1	2.75	1
90	4	4	2	3	3.25	4
91	4	4	2	4	3.50	4
92	4	2	2	4	3.00	4

93	2	3	2	4	2.75	5
94	4	4	2	5	3.75	2
95	3	2	1	4	2.50	5
96	4	4	2	4	3.50	4
97	4	2	4	3	3.25	4
98	4	2	1	4	2.75	2
99	2	2	1	3	2.00	4
100	4	4	1	4	3.25	3
101	3	4	2	3	3.00	4
102	2	4	2	3	2.75	4
103	4	4	2	3	3.25	2
104	4	4	2	2	3.00	4
105	3	4	3	4	3.50	5
106	2	5	3	4	3.50	3
107	3	5	2	2	3.00	3
108	4	3	4	5	4.00	4
109	4	2	4	5	3.75	4
110	2	4	4	4	3.50	3
111	3	5	3	4	3.75	4
112	4	4	2	4	3.50	5
113	4	4	4	3	3.75	4
114	4	4	2	4	3.50	5
115	2	4	2	2	2.50	3
116	4	5	3	4	4.00	4
117	4	4	2	3	3.25	4
118	2	2	4	4	3.00	5
119	4	4	5	5	4.50	5
120	3	3	2	5	3.25	3
121	4	4	2	3	3.25	4
122	4	5	2	3	3.50	5
123	4	4	2	4	3.50	3
124	4	4	3	3	3.50	4
125	3	4	2	1	2.50	4
126	5	4	1	4	3.50	4
127	5	4	2	4	3.75	4
128	4	4	5	5	4.50	4
129	3	5	3	4	3.75	5
130	4	4	1	5	3.50	4
131	4	4	2	2	3.00	3
132	2	3	1	4	2.50	4
133	1	5	3	5	3.50	4
134	2	2	1	4	2.25	4
135	4	4	3	3	3.50	4
136	3	4	4	4	3.75	4
137	4	4	3	3	3.50	4
138	4	4	2	3	3.25	5

average

3.38

g	1 2 2	0
h	0 0	0
i	2 2	0
j	2 2	0
k	2 2	0

Service quality						Customer satisfaction	
Reliability	Personal interaction	Problem solving	Policy	AVERAGE	Satisfaction	Expectation	
4		4	4	5	4.20	4	4
3		4	4	3	3.80	5	4
5		5	3	4	4.40	5	4
4		4	3	3	3.60	4	4
4		4	3	4	3.80	4	4
2		2	3	4	3.00	4	4
2		2	3	4	3.00	4	4
4		3	3	5	3.60	3	4
3		4	2	4	3.40	4	4
2		4	3	4	3.60	4	3
3		3	2	3	3.20	4	4
4		4	3	4	4.00	4	4
4		3	4	4	3.80	4	4
4		4	3	4	3.80	4	4
4		4	3	4	3.80	4	4
4		3	4	4	3.80	4	4
2		2	2	4	2.80	4	2
4		4	3	3	3.80	4	4
4		4	4	5	4.20	5	5
4		4	3	3	3.80	4	4
4		4	4	4	4.00	4	4
4		4	3	4	3.80	4	4
4		4	4	4	4.00	4	4
4		4	3	4	3.80	4	4
3		3	4	4	3.80	4	4
3		3	4	4	3.80	4	4
3		4	3	3	3.40	4	4
3		4	3	3	3.40	4	4
4		3	4	4	3.60	4	4
3		4	4	4	3.60	4	3
3		3	3	4	3.40	4	3
4		3	4	3	3.20	3	3
2		3	2	3	2.80	3	2
4		4	3	4	3.80	4	4
4		4	3	4	4.00	4	4
3		4	2	3	3.20	4	4
4		3	4	4	3.60	4	4
3		1	4	4	3.20	4	4
3		3	3	3	3.00	4	3
4		3	3	4	3.60	4	4
3		3	3	4	3.40	4	4
2		4	4	4	3.60	4	4
4		4	3	3	3.60	4	3
4		4	3	4	3.80	4	4
3		3	3	4	3.20	3	4

2	3	3	1	2.60	3	2
2	4	3	4	3.40	3	2
4	4	3	3	3.40	4	4
4	4	4	3	3.80	4	3
4	3	4	4	3.60	4	5
4	3	2	2	3.00	4	4
3	3	4	4	3.60	4	4
4	3	3	3	3.40	4	3
3	3	3	3	3.20	4	3
3	2	3	4	3.20	4	4
4	4	4	4	4.00	4	3
4	3	3	4	3.60	4	4
2	4	3	4	3.40	3	4
4	3	3	4	3.60	4	3
4	3	3	4	3.60	4	3
3	3	3	4	3.40	4	4
3	3	3	4	3.40	4	4
3	3	3	3	3.00	3	3
4	4	3	5	4.00	5	5
4	2	3	4	3.40	4	4
3	3	3	3	3.20	4	3
3	2	4	3	3.20	3	2
3	3	3	4	3.40	4	4
4	3	3	4	3.40	4	3
5	2	3	2	2.80	4	3
3	2	3	2	2.60	3	3
4	4	3	4	3.60	4	4
4	4	4	4	3.80	4	4
4	4	3	4	3.80	4	4
3	3	3	4	3.40	4	4
4	3	3	3	3.60	4	4
3	3	3	4	3.40	4	4
3	3	3	2	2.80	3	3
3	3	3	3	3.00	3	3
2	2	2	3	2.20	3	2
3	2	3	3	2.80	3	2
2	2	2	2	2.20	3	2
2	2	2	2	2.20	3	2
3	2	3	3	3.00	3	4
3	4	2	4	2.80	3	3
4	3	2	3	2.80	4	3
4	4	2	2	3.20	3	4
4	4	4	4	4.00	4	3
4	4	3	2	2.80	3	2
4	3	5	4	4.00	4	4
3	4	3	4	3.60	4	3
3	4	3	4	3.60	4	2

4	4	3	5	4.20	4	4
3	4	5	4	3.60	4	3
3	4	4	3	3.80	4	5
4	3	3	4	3.60	4	5
3	2	3	1	2.60	3	3
2	3	2	3	2.40	3	2
4	4	3	3	3.60	3	4
4	4	3	4	3.60	4	4
3	4	3	4	3.60	4	4
2	3	3	4	3.20	4	4
3	3	2	4	2.80	4	2
2	4	3	5	3.60	4	4
4	2	4	2	3.40	5	3
4	4	1	3	3.00	4	3
3	2	4	4	3.20	3	4
2	2	2	2	2.40	4	2
4	5	3	4	4.00	4	2
4	3	3	5	3.60	4	4
4	4	3	4	3.80	5	5
4	4	4	4	4.20	4	4
2	4	3	4	3.40	4	4
3	3	4	4	3.80	4	4
3	2	3	3	2.80	3	4
5	3	1	3	3.20	4	4
4	3	4	4	3.80	4	4
4	2	3	4	3.60	4	4
4	4	3	5	4.20	4	4
3	3	4	2	3.00	4	4
4	4	2	3	3.40	4	3
4	2	4	4	3.80	4	4
3	2	3	4	3.00	4	4
3	2	3	4	3.20	4	4
4	3	2	4	3.40	4	4
4	5	2	5	4.00	3	4
2	4	3	5	3.60	5	5
5	3	3	5	4.00	4	4
4	4	3	3	3.80	4	3
4	2	4	4	3.60	4	3
3	3	3	3	3.00	4	2
3	3	4	3	3.40	3	4
3	4	3	4	3.60	4	4
4	1	5	2	3.20	4	4
4	4	5	2	3.80	4	4
4	3	3	4	3.60	4	4
4	3	4	4	3.80	4	4
4	4	2	4	3.80	4	4

3.49

2	3	4	5	
7	26	82	21	
7	26	82	21	138
0	0	0	0	
18	47	69	4	
18	47	69	4	
0	0	0	0	
23	52	58	3	
23	52	58	3	
0	0	0	0	
19	80	33	4	
19	80	33	4	
0	0	0	0	
13	35	77	11	
13	35	77	11	
0	0	0	0	



on	AVERAGE	Customer loyalty				AVERAGE
		Repurchase	Cross-buying	Price sensitivity	Recommendation	
4	4.00	4	4	3	4	3.75
4	4.33	4	5	3	5	4.25
4	4.33	4	5	3	5	4.25
3	3.67	4	4	1	5	3.50
3	3.67	4	4	1	5	3.50
2	3.33	4	4	1	5	3.50
2	3.33	4	4	1	3	3.00
4	3.67	4	2	3	5	3.50
2	3.33	4	5	2	3	3.50
2	3.00	4	3	2	3	3.00
3	3.67	4	3	2	5	3.50
3	3.67	4	4	4	4	4.00
4	4.00	4	4	3	4	3.75
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	3	4	3.75
3	3.67	4	3	3	4	3.50
2	2.67	3	3	2	3	2.75
4	4.00	4	4	3	5	4.00
3	4.33	5	5	4	4	4.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
4	4.00	5	4	4	3	4.00
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.00	4	3	3	3	3.25
3	2.67	4	2	2	3	2.75
2	3.33	4	4	2	4	3.50
2	3.33	4	4	2	4	3.50
2	3.33	4	4	2	4	3.50
2	3.33	4	4	2	4	3.50
2	3.33	4	4	2	4	3.50
2	3.00	4	4	2	3	3.25
3	3.67	4	3	2	4	3.25
3	3.67	4	4	4	3	3.75
3	3.67	4	3	2	4	3.25
3	3.33	4	3	2	4	3.25
2	3.33	4	3	2	4	3.25
2	3.00	4	3	2	3	3.00

2	2.33	3	3	2	2	2.50
2	2.33	3	2	2	3	2.50
2	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.67	4	4	4	3	3.75
2	3.33	4	3	4	3	3.50
3	3.67	4	4	3	3	3.50
3	3.33	4	4	2	3	3.25
3	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.00	4	2	2	4	3.00
3	3.67	4	4	4	3	3.75
3	3.33	4	3	3	3	3.25
3	3.33	4	3	3	3	3.25
3	3.33	4	3	3	3	3.25
3	3.67	4	4	2	3	3.25
3	3.67	5	3	2	3	3.25
2	2.67	4	2	4	2	2.50
3	4.33	4	4	3	4	3.75
3	3.67	4	4	3	4	3.75
3	3.33	4	4	2	3	3.25
3	2.67	4	3	2	3	3.00
2	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.00	4	4	2	3	3.25
2	3.00	4	4	2	3	3.25
2	2.67	4	3	2	3	3.00
3	3.67	4	3	2	4	3.25
3	3.67	4	4	2	4	3.25
3	3.67	4	4	2	4	3.25
3	3.67	4	4	2	3	3.25
4	4.00	4	3	2	5	3.50
2	3.33	4	3	2	3	3.00
2	2.67	4	3	2	3	3.00
2	2.67	4	2	1	3	2.50
2	2.33	3	3	1	3	2.00
2	2.33	2	3	2	3	2.50
2	2.33	3	3	2	3	2.75
2	2.33	2	2	2	3	2.50
3	3.33	4	4	1	3	3.00
2	2.67	4	3	1	3	2.75
2	3.00	3	3	3	3	3.00
2	3.00	4	3	2	3	3.00
2	3.00	4	3	3	3	3.25
2	2.33	3	3	2	3	2.75
3	3.67	4	3	4	3	3.50
2	3.00	4	4	2	3	3.25
3	3.00	4	4	1	3	3.00

3	3.67	5	5	2	3	3.75
2	3.00	4	3	3	2	3.00
4	4.33	4	4	3	4	3.75
2	3.67	4	4	2	3	3.25
2	2.67	4	3	2	3	3.00
2	2.33	3	3	1	3	2.50
2	3.00	4	4	2	3	3.25
2	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.33	4	4	2	3	3.25
2	3.33	4	4	2	3	3.25
1	2.33	3	3	2	3	2.75
1	3.00	4	4	2	3	3.25
3	3.67	4	4	2	3	3.25
3	3.33	4	4	2	3	3.25
3	3.33	4	4	2	4	3.50
2	2.67	3	3	2	2	2.50
2	2.67	3	3	2	2	2.50
4	4.00	4	4	3	4	3.75
2	4.00	4	5	2	4	3.75
5	4.33	5	5	3	5	4.50
3	3.67	4	3	3	4	3.50
5	4.33	4	4	3	5	4.00
2	3.00	4	2	3	4	3.25
3	3.67	4	4	2	4	3.50
2	3.33	4	3	1	4	3.00
2	3.33	4	4	1	4	3.25
4	4.00	4	3	3	4	3.50
2	3.33	4	3	2	4	3.25
3	3.33	4	3	2	4	3.25
3	3.67	4	3	2	4	3.25
3	3.67	4	3	2	4	3.25
3	3.67	4	5	4	3	4.00
3	3.33	4	2	2	4	3.00
3	4.33	5	4	4	4	4.25
4	4.00	5	5	4	4	4.50
3	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.00	4	3	2	4	3.25
3	3.33	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	3	4	3.75
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	3	4	3.75
3	3.67	4	4	2	4	3.50
3	3.67	4	4	2	4	3.50

3.50

3.44

|

|

|

|

|

|

|



Perceived \ Customer loyalty

Service quæ Customer loyalty

Customer s

3	3.75	4.2	3.75	4.00
3.75	4.25	3.8	4.25	4.33
3.75	4.25	4.4	4.25	4.33
4	3.5	3.6	3.5	3.67
3	3.5	3.8	3.5	3.67
3.25	3.5	3	3.5	3.33
3.25	3	3	3	3.33
3.5	3.5	3.6	3.5	3.67
3.75	3.5	3.4	3.5	3.33
3	3	3.6	3	3.00
3.25	3.5	3.2	3.5	3.67
4	4	4	4	3.67
3.5	3.75	3.8	3.75	4.00
3.25	3.5	3.8	3.5	3.67
3.25	3.75	3.8	3.75	3.67
3.5	3.5	3.8	3.5	3.67
3.5	2.75	2.8	2.75	2.67
3.5	4	3.8	4	4.00
4.25	4.5	4.2	4.5	4.33
3.25	3.5	3.8	3.5	3.67
4	4	4	4	4.00
3.75	3.5	3.8	3.5	3.67
2.5	3.5	4	3.5	3.67
2.5	3.5	3.8	3.5	3.67
4	3.5	3.8	3.5	3.67
4	3.5	3.8	3.5	3.67
3	3.5	3.4	3.5	3.67
3	3.5	3.4	3.5	3.67
3	3.5	3.6	3.5	3.67
3.5	3.5	3.6	3.5	3.33
2.25	3.5	3.4	3.5	3.33
3.5	3.25	3.2	3.25	3.00
3	2.75	2.8	2.75	2.67
3.75	3.5	3.8	3.5	3.33
4	3.5	4	3.5	3.33
3	3.5	3.2	3.5	3.33
3	3.5	3.6	3.5	3.33
3.5	3.5	3.2	3.5	3.33
3	3.25	3	3.25	3.00
3.5	3.25	3.6	3.25	3.67
3.5	3.75	3.4	3.75	3.67
2.5	3.25	3.6	3.25	3.67
3.75	3.25	3.6	3.25	3.33
2.75	3.25	3.8	3.25	3.33
2.5	3	3.2	3	3.00
2.25	2.5	2.6	2.5	2.33
3	2.5	3.4	2.5	2.33
3.25	3.5	3.4	3.5	3.33
3.75	3.25	3.8	3.25	3.33

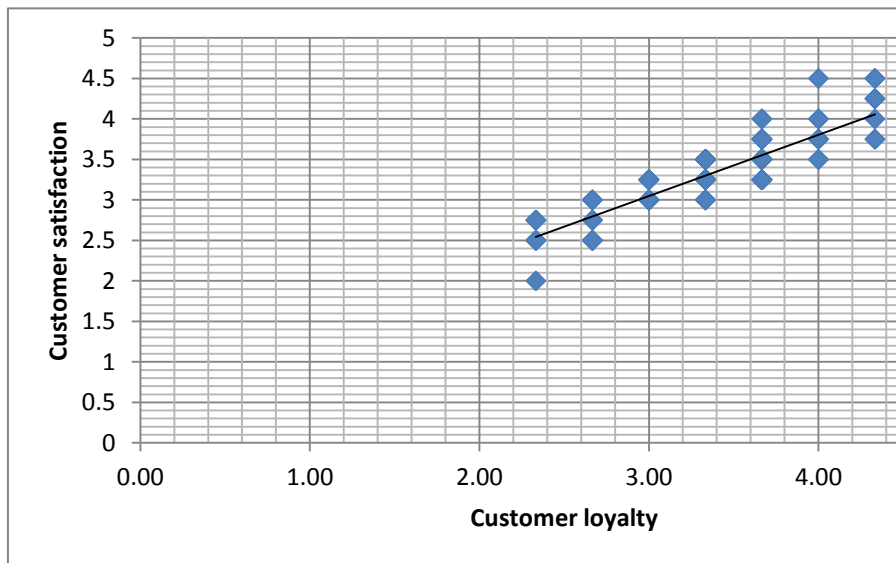
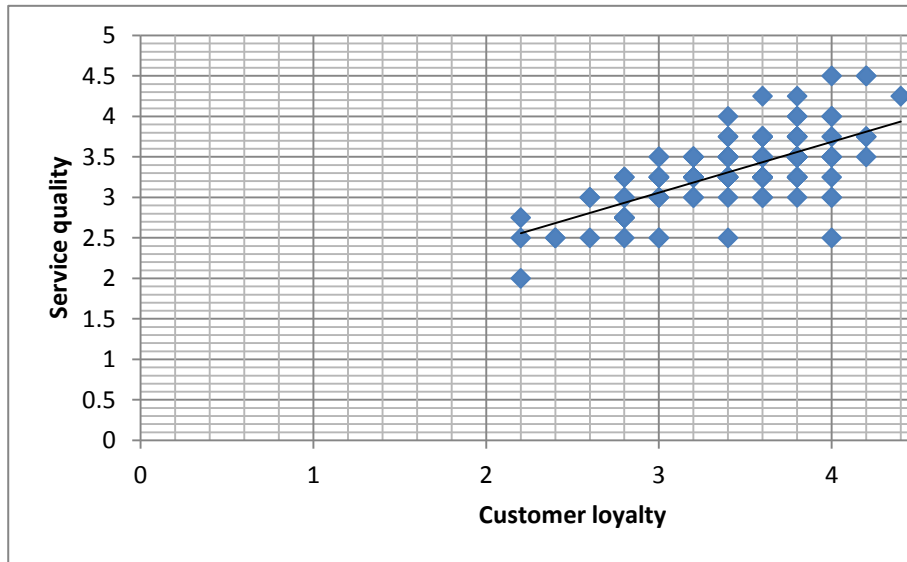
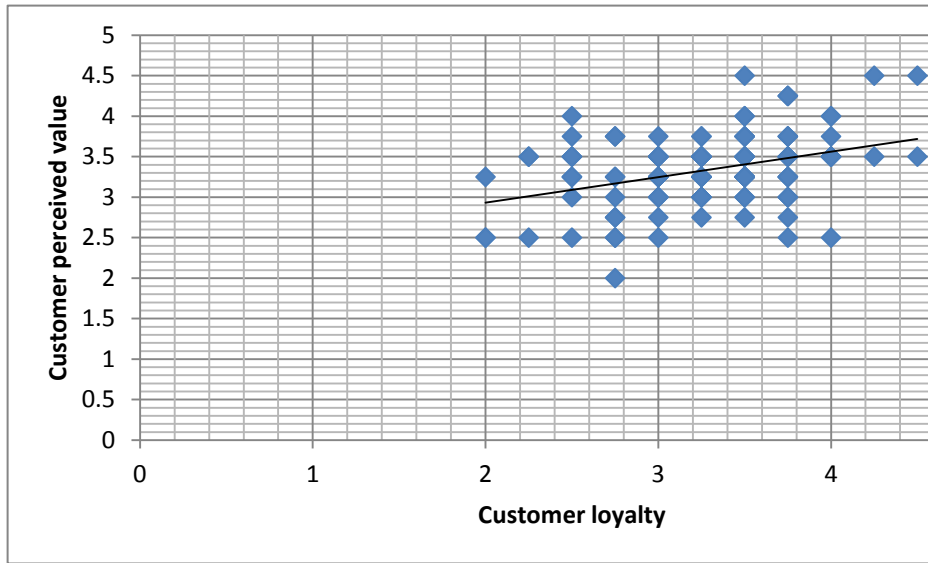


2.75	3.75	3.6	3.75	3.67
3.75	3.5	3	3.5	3.33
3.25	3.5	3.6	3.5	3.67
3.5	3.25	3.4	3.25	3.33
3	3.25	3.2	3.25	3.33
3.75	3.25	3.2	3.25	3.33
3.5	3	4	3	3.00
4	3.75	3.6	3.75	3.67
3.75	3.25	3.4	3.25	3.33
3.5	3.25	3.6	3.25	3.33
3.5	3.25	3.6	3.25	3.33
3.25	3.25	3.4	3.25	3.67
3.25	3.25	3.4	3.25	3.67
2	2.5	3	2.5	2.67
3.25	3.75	4	3.75	4.33
3.75	3.75	3.4	3.75	3.67
3.5	3.25	3.2	3.25	3.33
3.25	3	3.2	3	2.67
2.5	3.25	3.4	3.25	3.33
3.25	3.25	3.4	3.25	3.00
3.25	3.25	2.8	3.25	3.00
2.75	3	2.6	3	2.67
3.25	3.25	3.6	3.25	3.67
3.5	3.25	3.8	3.25	3.67
3.5	3.25	3.8	3.25	3.67
3.5	3.25	3.4	3.25	3.67
4.25	3.5	3.6	3.5	4.00
3.5	3	3.4	3	3.33
3	3	2.8	3	2.67
2	2.5	3	2.5	2.67
2.75	2	2.2	2	2.33
2.5	2.5	2.8	2.5	2.33
2.75	2.75	2.2	2.75	2.33
2.75	2.5	2.2	2.5	2.33
3.25	3	3	3	3.33
3.75	2.75	2.8	2.75	2.67
3.75	3	2.8	3	3.00
3.75	3	3.2	3	3.00
3.25	3.25	4	3.25	3.00
2.75	2.75	2.8	2.75	2.33
3.25	3.5	4	3.5	3.67
3.5	3.25	3.6	3.25	3.00
3	3	3.6	3	3.00
2.75	3.75	4.2	3.75	3.67
3.75	3	3.6	3	3.00
2.5	3.75	3.8	3.75	4.33
3.5	3.25	3.6	3.25	3.67
3.25	3	2.6	3	2.67
2.75	2.5	2.4	2.5	2.33
2	3.25	3.6	3.25	3.00

3.25	3.25	3.6	3.25	3.33
3	3.25	3.6	3.25	3.33
2.75	3.25	3.2	3.25	3.33
3.25	2.75	2.8	2.75	2.33
3	3.25	3.6	3.25	3.00
3.5	3.25	3.4	3.25	3.67
3.5	3.25	3	3.25	3.33
3	3.5	3.2	3.5	3.33
4	2.5	2.4	2.5	2.67
3.75	2.5	4	2.5	2.67
3.5	3.75	3.6	3.75	4.00
3.75	3.75	3.8	3.75	4.00
3.5	4.5	4.2	4.5	4.33
3.75	3.5	3.4	3.5	3.67
3.5	4	3.8	4	4.33
2.5	3.25	2.8	3.25	3.00
4	3.5	3.2	3.5	3.67
3.25	3	3.8	3	3.33
3	3.25	3.6	3.25	3.33
4.5	3.5	4.2	3.5	4.00
3.25	3.25	3	3.25	3.33
3.25	3.25	3.4	3.25	3.33
3.5	3.25	3.8	3.25	3.67
3.5	3.25	3	3.25	3.67
3.5	3.25	3.2	3.25	3.67
2.5	4	3.4	4	3.67
3.5	3	4	3	3.33
3.75	4.25	3.6	4.25	4.33
4.5	4.5	4	4.5	4.00
3.75	3.5	3.8	3.5	3.33
3.5	3.5	3.6	3.5	3.33
3	3.25	3	3.25	3.00
2.5	3.5	3.4	3.5	3.33
3.5	3.75	3.6	3.75	3.67
2.25	3.5	3.2	3.5	3.67
3.5	3.5	3.8	3.5	3.67
3.75	3.75	3.6	3.75	3.67
3.5	3.5	3.8	3.5	3.67
3.25	3.5	3.8	3.5	3.67

Customer loyalty

- 3.75
- 4.25
- 4.25
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3
- 3.5
- 3.5
- 3
- 3.5
- 4
- 3.75
- 3.5
- 3.75
- 3.5
- 2.75
- 4
- 4.5
- 3.5
- 4
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.25
- 2.75
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.5
- 3.25
- 3.25
- 3.75
- 3.25
- 3.25
- 3
- 2.5
- 2.5
- 3.5
- 3.25



3.75  
3.5  
3.5  
3.25  
3.25  
3.25  
3  
3.75  
3.25  
3.25  
3.25  
3.25  
3.25  
2.5  
3.75  
3.75  
3.25  
3  
3.25  
3.25  
3.25  
3  
3.25  
3.25  
3.25  
3.25  
3.5  
3  
3  
2.5  
2  
2.5  
2.75  
2.5  
3  
2.75  
3  
3  
3.25  
2.75  
3.5  
3.25  
3  
3.75  
3  
3.75  
3.25  
3  
2.5  
3.25

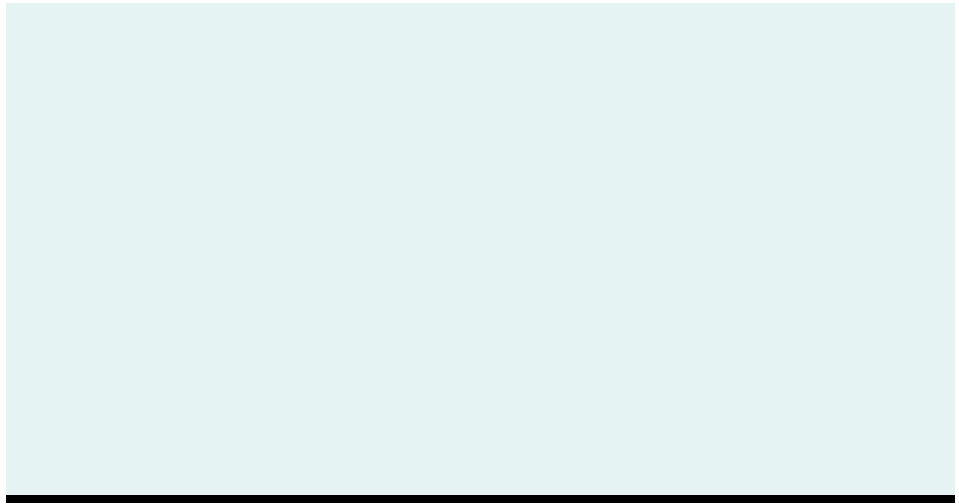
3.25  
3.25  
3.25  
2.75  
3.25  
3.25  
3.25  
3.5  
2.5  
2.5  
3.75  
3.75  
4.5  
3.5  
4  
3.25  
3.5  
3  
3.25  
3.5  
3.25  
3.25  
3.25  
3.25  
3.25  
4  
3  
4.25  
4.5  
3.5  
3.5  
3.25  
3.5  
3.75  
3.5  
3.5  
3.75  
3.5  
3.5





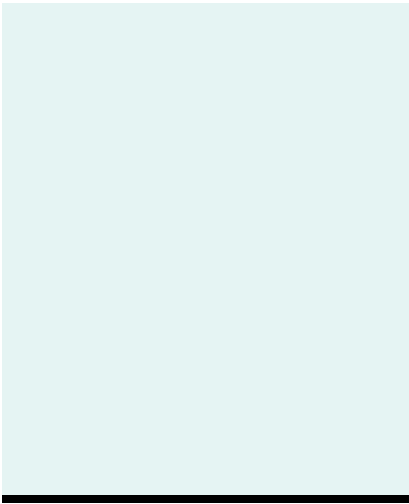
	4
	5
	5
	6
	10
	10
	12
TOTAL	150.05
NUMBER OF RESPONDENT	53
AVERAGE PER MONTH	2.831132











---

Big C  
Big C  
big c, coop mark  
big c, vincom  
Big c, vinmart  
big c.  
BigC  
bigc  
BigC, Fivimart  
bigc, winmart  
Citimart  
coopmart  
coopmart  
Coopmart  
Coopmart, fivimart,  
Fivimart  
fivimart  
Fivimart  
Fivimart  
Fivimart  
fivimart  
fivimart  
fivimart  
fivimart  
fivimart,  
Fivimart, Big C  
fivimart, big c  
fivimart, big C, lotte  
fivimart, metro  
fivimart, oceanmart  
Intimex  
intimex  
Lotte  
Lotte  
Lotte, vinmart, fivimart  
Metro  
metro  
Metro, BigC, Mediamart  
metro, Fivimart, vinmart...  
Metro, Vimart,  
thành đô, fivimart, coopmart  
thành đô, bigc, fivimart  
Vinmart  
Vinmart, Fivimart  
Vinmart, Fivimart  
vinmart, lotte mart  
Vinmart, metro  
Vinmart, Unimart  
vinmart, fivimart, bigc

vinmart,fivimart,bigc

[51](#)

---

	3	2	1	
	1st	2nd	3rd	Score
big c	10	5	2	<b>42</b>
citimart	1			<b>3</b>
coopmart	4	1	1	<b>15</b>
fivimart	16	8	2	<b>66</b>
intimex	2			<b>6</b>
lotte	4	1	1	<b>15</b>
oceanmart		1		<b>2</b>
metro	5	2		<b>19</b>
vinmart	8	5	1	<b>35</b>
thanh do	1			<b>3</b>

---

---





\_\_\_\_\_

Gender	Percentage	Frequency
Female	31.50%	43
Male	68.50%	95
Total	100.00%	138

Age group	Percentage	Frequency
Under 25	22.75%	31
25-55	63.75%	88
over 55	13.50%	19
total	100.00%	138

Scores	1	2	3	4	5
6. Products at supermarkets is reasonably priced	1.28% 2	16.67% 23	23.08% 32	51.28% 71	7.69% 10
7. The quality of products at supermarkets is at acceptable standard	0.00% 0	12.82% 18	10.26% 14	67.95% 94	8.97% 12
8. Shopping at supermarkets makes other people perceive you have high living standard	11.54% 16	50.00% 69	23.08% 32	14.10% 19	1.28% 2
9. You feel comfortable and relaxed when going shopping at supermarkets	1.28% 2	10.26% 14	28.21% 39	51.28% 71	8.97% 12
10. Products at supermarkets are well arranged and convenient for searching	1.27% 2	5.06% 7	18.99% 26	59.49% 82	15.19% 21
11. The overall service quality of the supermarkets is good as your expectations.	0.00% 0	12.99% 18	33.77% 47	50.65% 69	2.60% 4
12. Supermarkets' staff are friendly and helpful	1.27% 2	16.46% 23	37.97% 52	41.77% 58	2.53% 3
13. Supermarkets can solve your complaints or problems relating products well.	1.28% 2	14.10% 19	57.69% 80	24.36% 33	2.56% 4
14. Supermarkets' services are convenient for you (for example: delivery service, parking services...)	1.30% 2	9.09% 13	25.97% 35	55.84% 77	7.79% 11
15. In general, how satisfied are you with the supermarket?	0.00% 0	0.00% 0	19.48% 27	75.32% 104	5.19% 7
16. How well did the supermarket meet your expectations?	0.00% 0	11.54% 16	21.79% 30	61.54% 85	5.13% 7
17. When thinking of your ideal supermarket, how well does the supermarket compare?	1.28% 2	38.46% 53	50.00% 69	8.97% 12	1.28% 2
18. Do you intend to repurchase products from the supermarkets?	0.00% 0	1.30% 2	7.79% 11	85.71% 118	5.19% 7
19. Do you intend to buy another product from the same supermarkets?	0.00% 0	5.13% 7	33.33% 46	55.13% 76	6.41% 9
20. Will you keep buying at the supermarkets when the price of products in the supermarket is getting higher?	8.97% 12	62.82% 87	19.23% 27	8.97% 12	0.00% 0
21. Will you recommend the supermarket to others?	0.00% 0	3.85% 5	43.59% 60	44.87% 62	7.69% 11

Total	Weighted Average
1	
138	3.47
1	
138	3.73
1	
138	2.44
1	
138	3.56
1	
138	3.82
1	
138	3.43
1	
138	3.28
1	
138	3.13
1	
138	3.6
1	
138	3.86
1	
138	3.6
1	
138	2.71
1	
138	3.95
1	
138	3.63
1	
138	2.28
1	
138	3.56

hang hoa phong phu

Huấn luyện lại đội ngũ nhân viên thân thiện với khách hàng hơn,

Co nhieu chuong trinh san pham khuyen mai

Giá hợp lý hơn

Đảm bảo chất lượng hàng, giá cả hợp lý, chất lượng dịch vụ

đa dạng hóa sản phẩm

Bố trí hàng hóa hợp lý, giá cả không quá đắt đỏ, phục vụ nhanh và chu đáo

Giam gia

nên cập nhật liên tục các sản phẩm, mẫu mã mới

các mặt hàng, sản phẩm trong siêu thị nên phong phú hơn nữa

Cải thiện phần tính tiền, khách hàng phải đợi lâu quá

Đa dạng hóa hàng hóa.

Nhân viên St phải luôn mỉm cười, biết nói cảm ơn và xin lỗi!

đúng giá

chăm sóc khách hàng

Chất lượng sản phẩm và giá cả phù hợp

Nhieu chuong trinh khuyen mai

thai do phuc vu cua nhan vien

Giới thiệu nhiều sp mới. Nhiều khuyến mại

nha vien phuc vu tot, hang hoa trung bay dep, thuan tien, nhieu loai, chat luong dam bao, co cho do xe

Lấy ý kiến khách hàng và có nhân viên quan sát thái độ khách hàng khi đang mua sắm, trò chuyện vs khách hàng

Nên có chương trình khuyến mãi quay vòng đối với các mặt hàng.

Tặng số quà tính tiền,

để người mua dùng tu sản phẩm

Đa dạng mặt hàng hơn

Có nhiều chương trình giới thiệu sp, dịch vụ của ST hơn, mặt hàng phong phú và nâng cao DV CSKH hơn...

Mặt hàng phong phú, có nhiều gian tiếp thị hấp dẫn

Thêm nhiều dịch vụ bổ sung

Chương trình khuyến mãi

Có nhiều chương trình hỗ trợ khách hàng

Nên có dịch vụ chăm sóc khách hàng thân thiết khi đặt doanh số mua hàng số đơn giá lớn, thương xuyên giao dịch với siêu thị để họ cảm thấy siêu thị rất quan tâm khách hàng và càng tích cực mua sắm tại đây và giới thiệu người thân mua hàng tại đó để tích điểm qua thẻ khách hàng thân thiết

Chăm sóc khách hàng tốt hơn, nhất là trong những lúc đông khách có cách giải quyết để không xảy ra các vấn đề ngoài ý muốn

Chăm sóc khách hàng tốt hơn, nhất là trong những lúc đông khách có cách giải quyết để không xảy ra các vấn đề ngoài ý muốn

Hàng hóa đa dạng hơn, chất lượng tốt hơn

Đa dạng sản phẩm, chất lượng hàng hoá và dịch vụ

Rau củ quả tươi phong phú và kiểm định gắt gao hơn.

Thêm nhiều loại mặt hàng về thời trang chất lượng hơn (hàng VNXX chẳng hạn)

Có nhiều mặt hàng, thái độ phục vụ của nv tốt, thời gian thanh toán nhanh

Các nhân viên bán hàng cần giới thiệu sản phẩm và tư vấn cho khách hàng hơn

Thêm đồ ăn sẵn, không bắt gửi đồ

Phong phú hàng hoá, có nhiều chương trình khuyến mại thực chất, hậu mãi tốt.

Đa dạng mặt hàng, chất lượng sản phẩm tốt, khuyến mại nhiều

Sắp xếp lại các quầy hàng, đa dạng sản phẩm, có các chương trình khuyến mại

Lưu ý phong cách, thái độ của nhân viên.

Cải thiện khâu thanh toán. Sắp xếp biển hàng hoá rõ ràng hơn.

Nâng cao kỹ năng của nhân viên và chất lượng phục vụ

Bố trí hàng hóa hợp lý, dễ tìm

hàng hóa phong phú, giá cả hợp lý, bày biện bắt mắt và có các chương trình khuyến mãi thường xuyên.

Lắp máy tính tiền tự động

Sắp xếp hợp lý, khoa học, không xô bồ

Tăng chất lượng dịch vụ, đa dạng hàng hoá



co nhieu chuong trinh KM

Quảng cáo và giảm giá

Giam gia san pham

Nhiều khuyến mại hơn

Giá cả chất lượng hợp lý, áp dụng thêm nhiều chính sách khuyến mại

Kiểm được nhiều tiền, kinh tế gia đình khá giả.

Chất lượng sản phẩm và trải nghiệm người dùng tốt từ bố trí sắp xếp sản phẩm, hỗ trợ khi mua và khâu thanh toán nhanh gọn hỗ trợ đa phương thức.

Mẫu mã đa dạng và chất lượng

Khuyen mai

tăng cường các chương trình giảm giá, khuyến mãi

Chất lượng của các mặt hàng, sản phẩm

Có nhiều chính sách khuyến mại.

Trung bày hàng bắt mắt và nhiều chương trình khuyến mại.

tạo sự tin tưởng

Khuyến mại

Tiếp thu ý kiến khách hàng, cải tiến chất lượng, giải quyết nhanh, hợp lý khiếu nại của khách hàng. Kiến

Gia ca hop ly

cac chuong trinh khuyen mai

Cho nhiều mặt hàng được hưởng chiết khấu với thẻ khách hàng

nhieu chuong trinh khuyen mai

Lập trang web, thường xuyên cập nhật sản phẩm, khuyến mại. Có các chuyên mục liên quan tới sản phẩm

Không bao giờ để cháy hàng khi chưa hết chiến dịch khuyến mãi, hạ giá.

Giảm giá hc có nhiều khuyến mãi, đa dạng hoá sản phẩm

Thanh toán nhanh gọn

Dịch vụ chăm sóc khách hàng cần đầy mạnh, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng...

Giá thành hợp lý kèm nhiều khuyến mãi hấp dẫn, chất lượng đảm bảo

Giảm giá nhiều hơn cho khách hàng quen thuộc

chương trình khuyến mãi

Giá cả hợp lý, mặt hàng đa dạng

Giá cả hợp lý, hàng hóa đảm bảo chất lượng, thái độ nhân viên tu vấn tốt, đa dạng mặt hàng

Giá cả hợp lý, hàng hóa đảm bảo chất lượng, thái độ nhân viên tu vấn tốt, đa dạng mặt hàng

Giá cả hợp lý hơn, hàng hóa nhập hàng tốt hơn, giảm hàng nhái, hàng giả, hàng hết date

Giá cả hợp lý hơn, hàng hóa nhập hàng tốt hơn, giảm hàng nhái, hàng giả, hàng hết date

Đa dạng hóa sản phẩm

Nhiều ưu đãi

Cung cấp thực phẩm tươi và thực phẩm chế biến trong ngày phong phú với chất lượng cao hơn.

Thêm nhiều chương trình khuyến mãi hơn

Ko có y kien

cac mat hang phong phu hon

Rẻ hơn

Cải thiện chất lượng dịch vụ, chất lượng hàng hóa, giá cả hợp lý hơn.

Nên có chỗ dừng chân nghỉ ngơi

Đa dạng các sản phẩm,

Tổ chức chương trình tri ân khách hàng.

Quảng bá thương hiệu.

Nâng cấp cơ sở hạ tầng, đầy đủ các dịch vụ bán hàng, marketing của các nhãn hiệu

Chú trọng hơn vào dịch vụ chăm sóc khách hàng

Cải thiện chất lượng hàng hóa và chất lượng dịch vụ, chế độ hậu mãi tốt.

Thêm nhiều chương trình khuyến mãi

Khuyến mại, dịch vụ hỗ trợ vận chuyển, mua hàng online, hậu mãi tốt hơn

Tạo sự tiện lợi cho khách hàng