

Matricea cerințelor clienților/evaluării caracteristicilor de calitate în cazul produselor cosmetice Max exp-Sensiblu

Nr. crt.	Grupe de caracteristici	Caracteristici	Ierarhizarea grupelor de caracteristici	Ierarhizarea caracteristicilor în cadrul grupei	Ierarhizarea analitică a caracteristicilor	valoare primita MAGAZIN Sensiblu	valoare primita MAGAZIN MAX EXP	TOTAL	
								Evaluare calitate primită	Valoare așteptată
1	1. acces	locatia	300	400	120	76.8	87.87	92.16	105.444
2		context		300	90	79.7	84.30	71.73	75.87
3		atmosfera		300	90	75.73	86.93	68.157	78.237
SUBTOTAL		x	-	1000	300	-	-	232.047	259.551
8	2. brand	produs/serviciu	100	250	25	78.6	89.8	19.65	22.45
9		siguranta bunurilor		250	25	79.8	89.2	19.95	22.3
10		impachetarea si etichetarea		250	25	80	91.4	20	22.85
11		fiabilitate/incredere		250	25	78	90.8	19.5	22.7
SUBTOTAL		x	-	1000	100	-	-	79.1	90.3
15	3. pret/valoare	valoarea pentru timp	200	500	100	76.56	89.44	76.56	89.44
16		valoarea pentru bani		500	100	69.3	85.87	69.3	85.87
SUBTOTAL		x	-	1000	200	-	-	145.86	175.31
33	4. varietate/alegere	mixul de oferta/categoria	100	1000	100	75.04	89.47	75.04	89.47
SUBTOTAL		x	-	1000	100	-	-	75.04	89.47
40	5. componente ale experientei	elemente spirituale si emotionale	300	400	120	71.15	86.89	85.38	104.268
41		mediul social si trend		300	90	69.5	89	62.55	80.1
42		actul comercial si efecte / relatia generata		300	90	74.93	87.62	67.437	78.858
SUBTOTAL		x	-	1000	300	-	-	215.367	263.226
TOTAL			1,000	-	1000	-	-	747.414	877.857

Indicele de satisfactie
indicele de insatisfactie

85.14074616
14.85925384

Remarcam un indice destul de bun de satisfactie, care se ridica la 85%
Fata de DM, Sensiblu isi indeplineste mai bine datoriile , insa diferenta de satisfactie nu este remarcabila.

