

**Отчет по
маркетинговому
исследованию для
авиакомпания
«Татарстан»**

*Рейс Казань -
Ташкент*

«Якорный пассажир»



□ Мужчина

□ 36-45 лет

□ Рабочий

□ Цель полета: отдых

□ 1-2 раза в год

Анализ сильных и слабых сторон

Сильные стороны

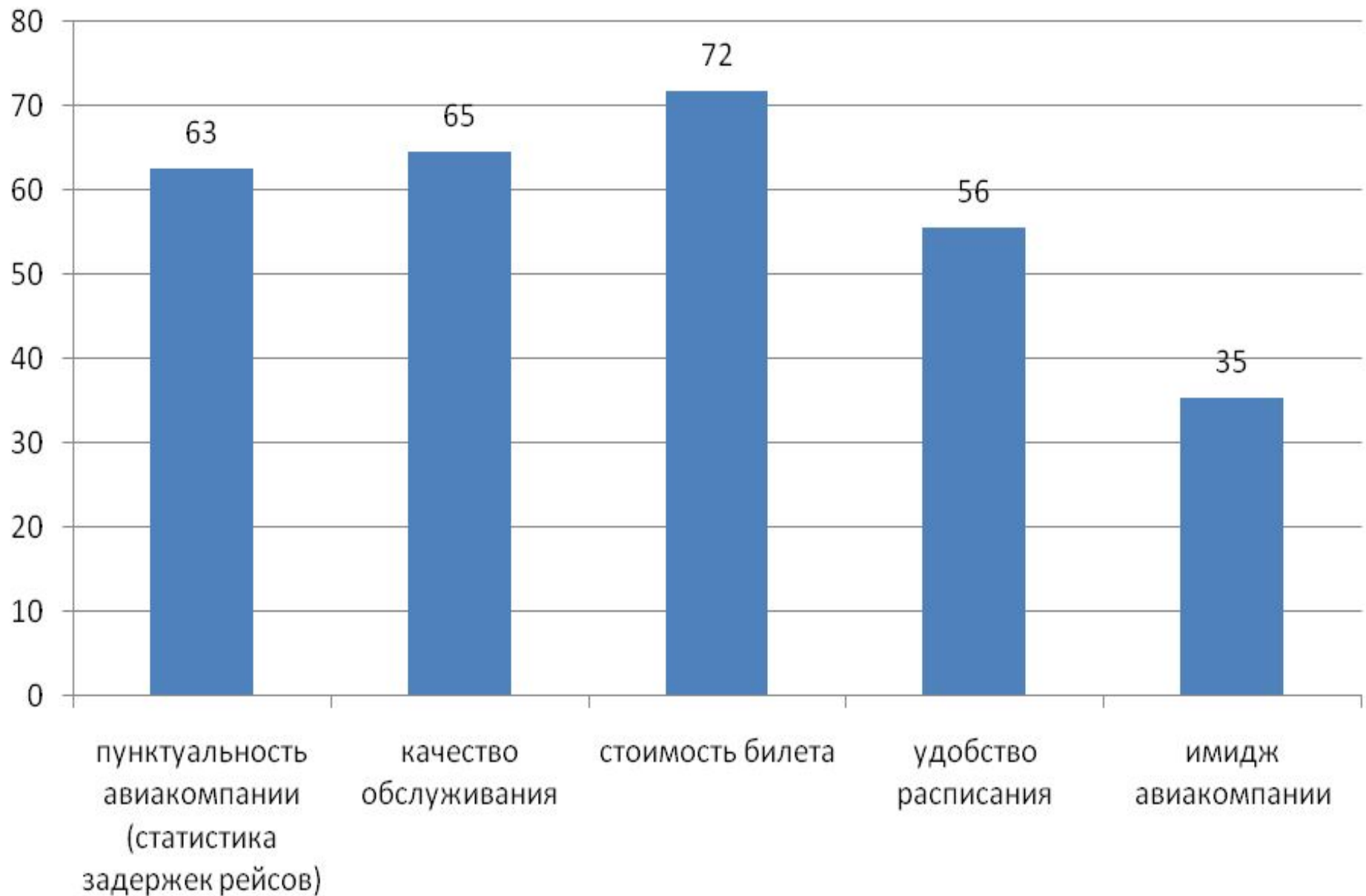
✓ 94 % оценили критерий «**Вежливость и компетентность персонала**» на «**отлично и хорошо**»

✓ 58 % оценили критерий «**Чистота салона**» на **отлично**

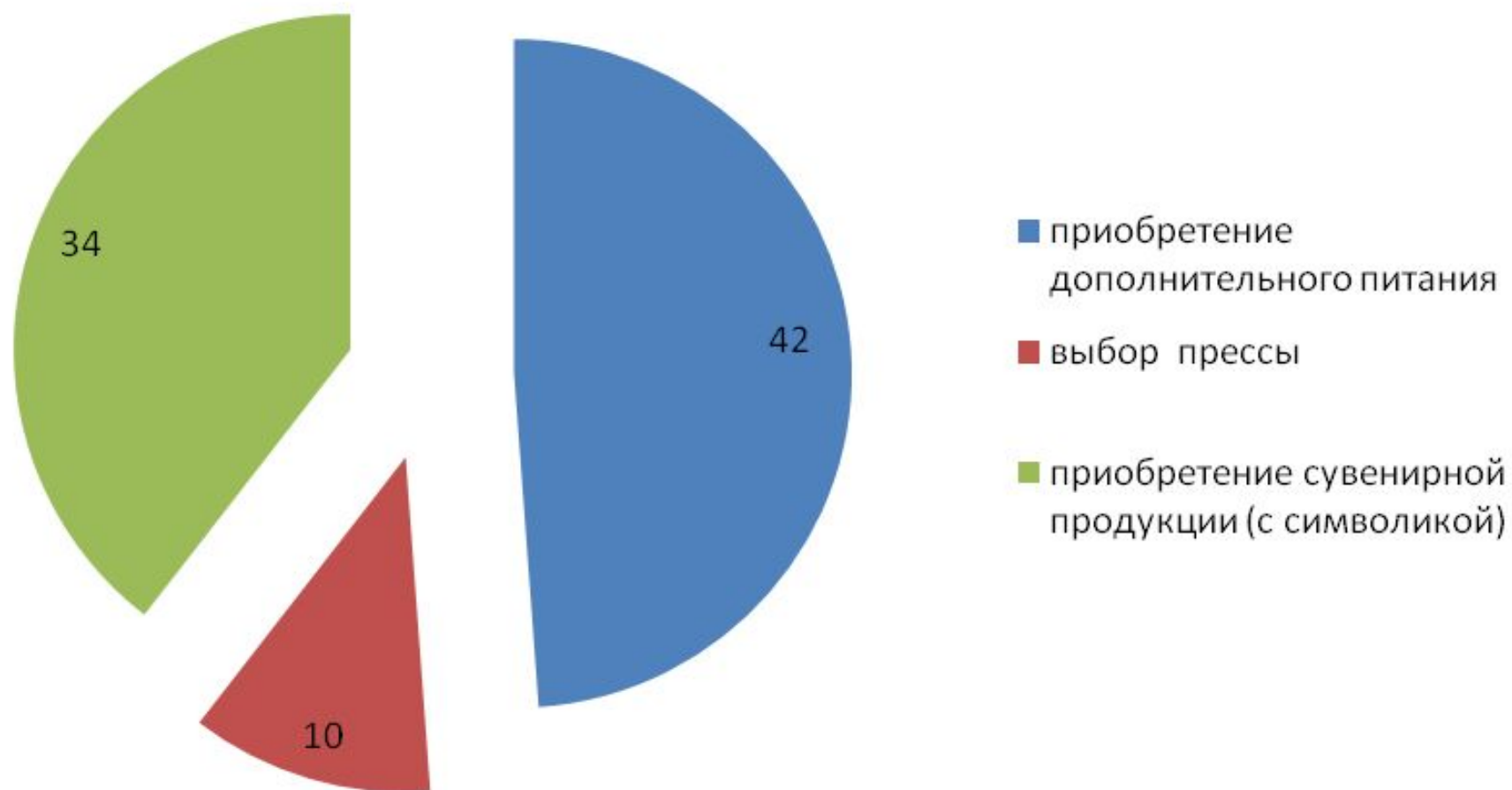
Слабые стороны

✓ 54 % оценили критерий «**Качество питания**» на «**посредственно, плохо и очень плохо**»

Критерии выбора авиакомпании

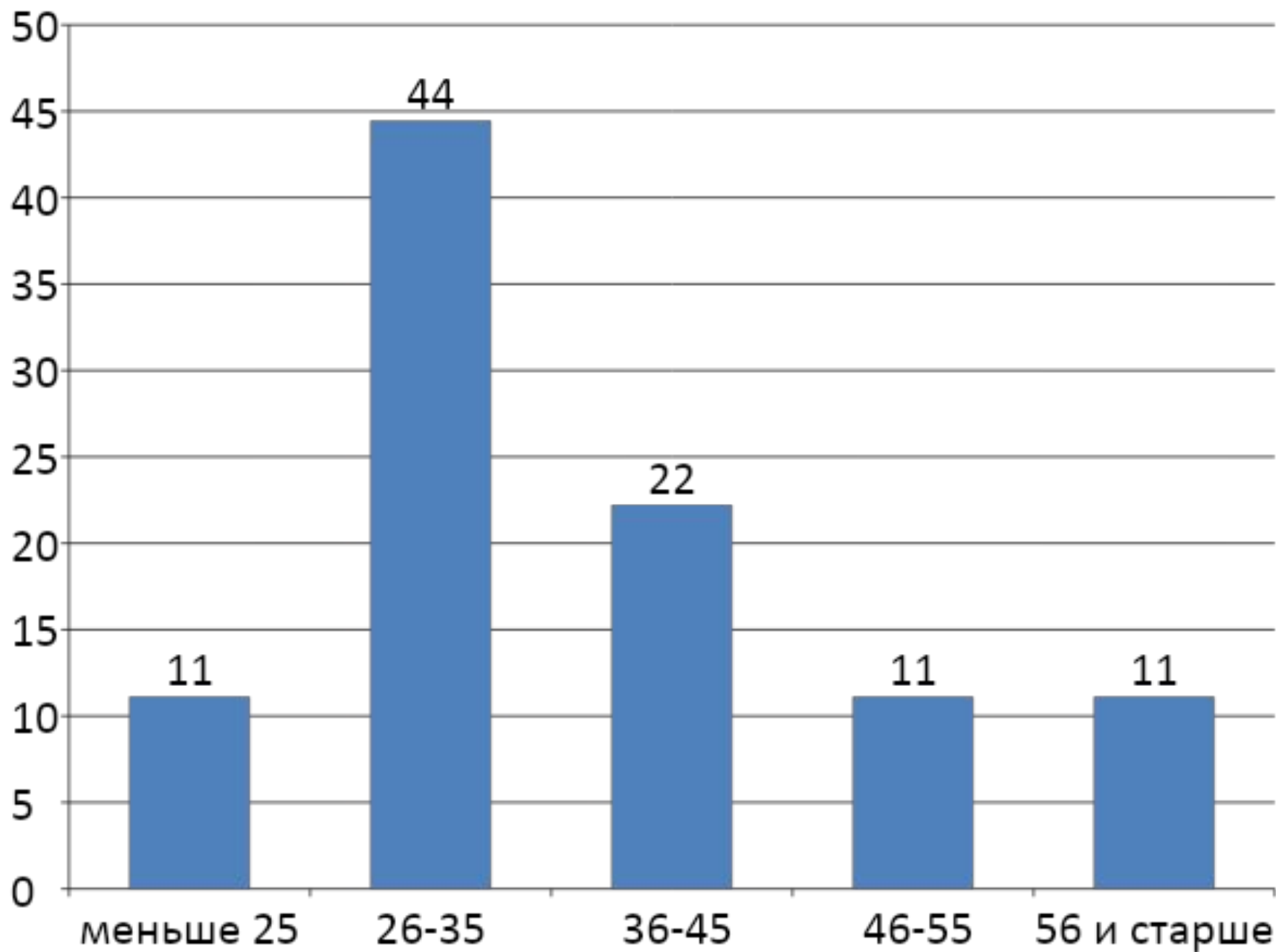


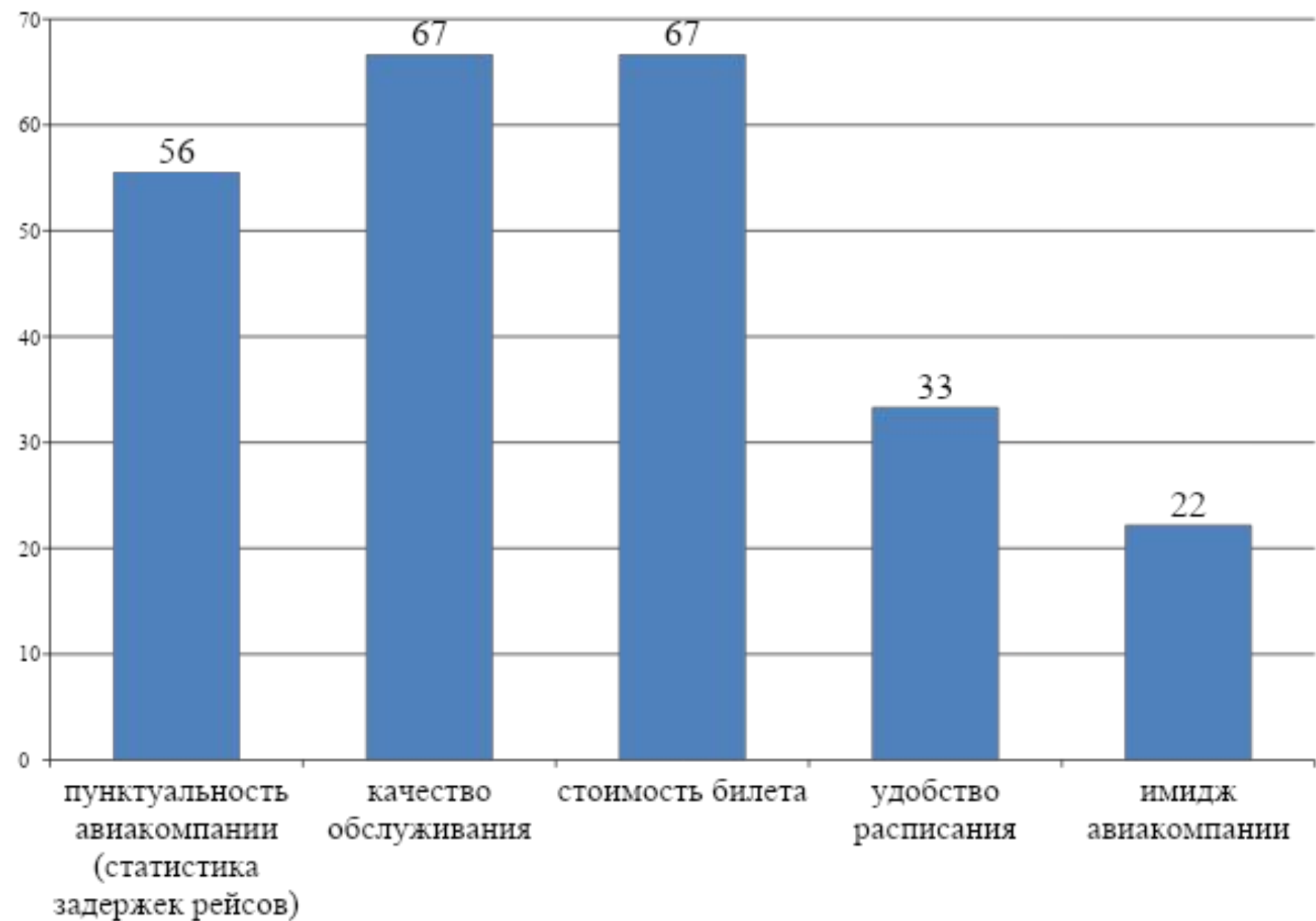
Количество желающих приобрести дополнительные услуги



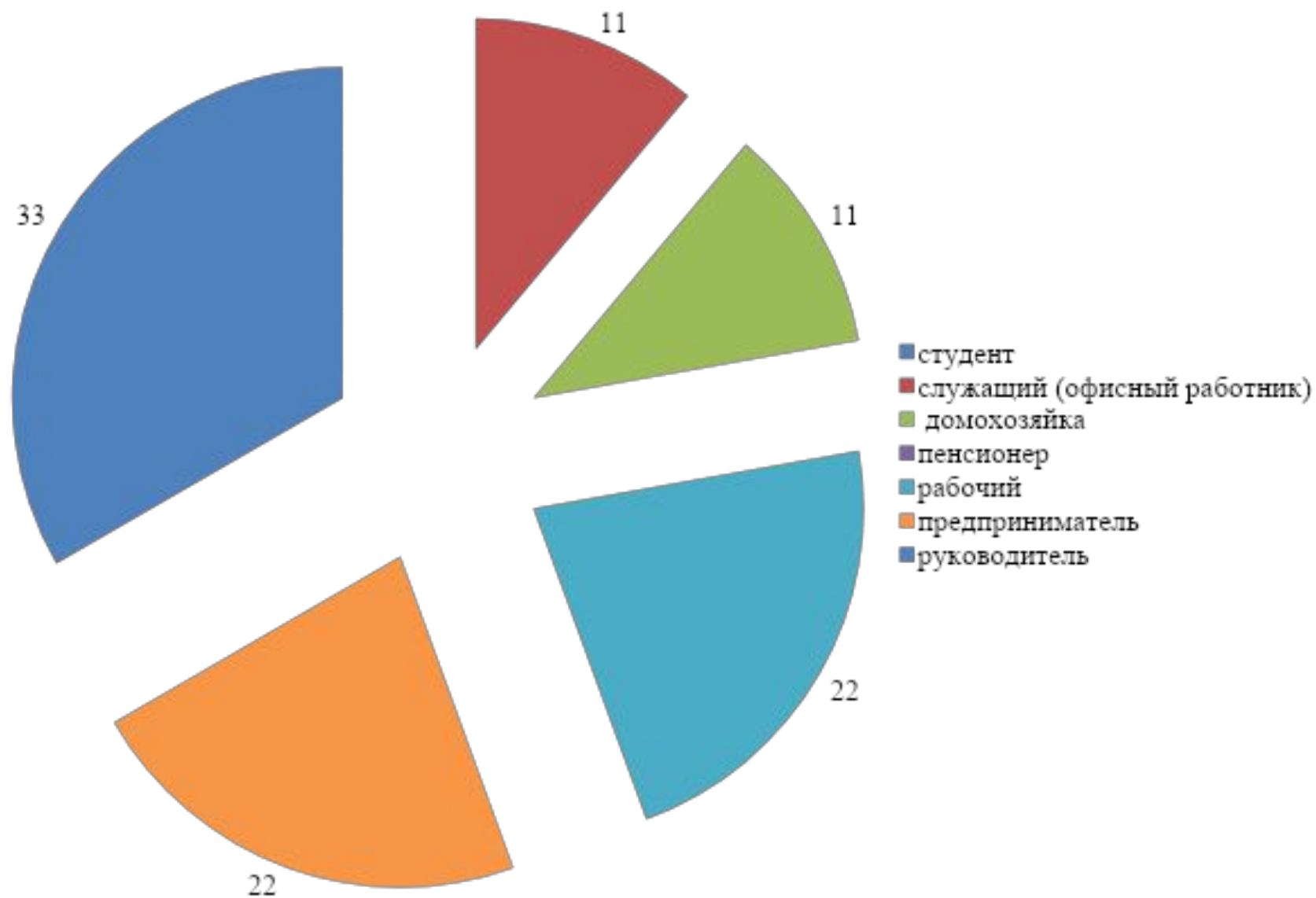


Анализ часто летающих (более 6 раз
в год) пассажиров Авиакомпании
«Татарстан»





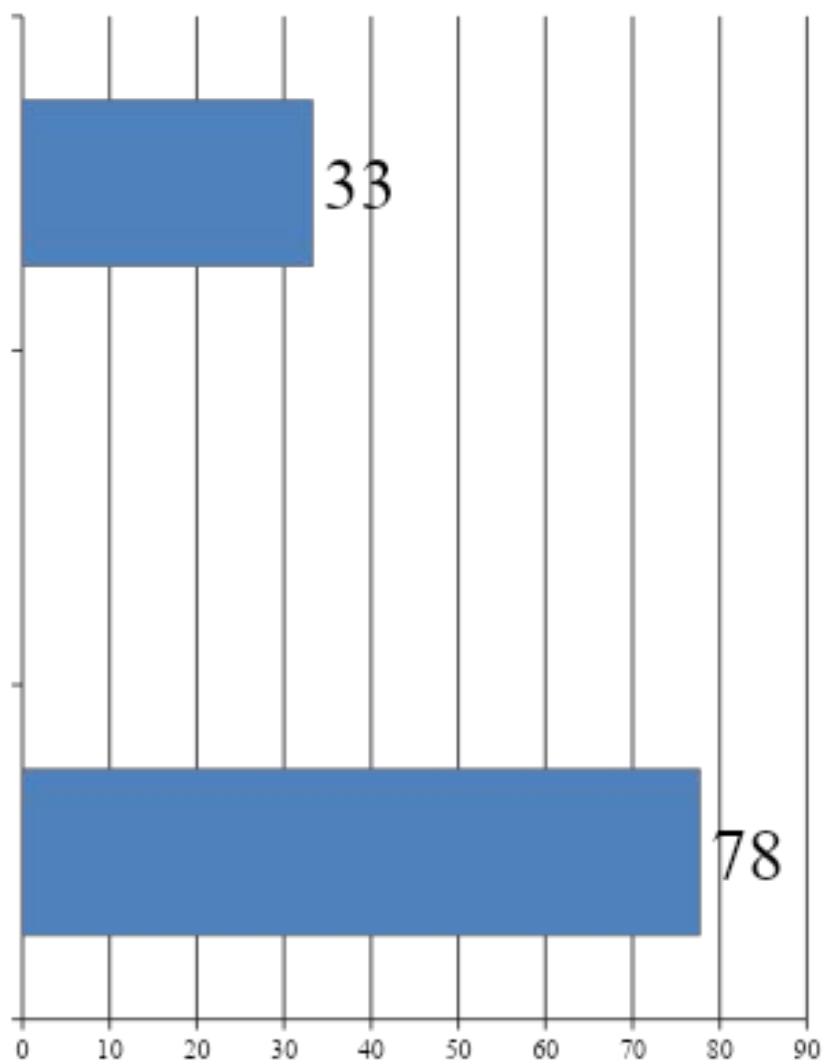
Род занятий

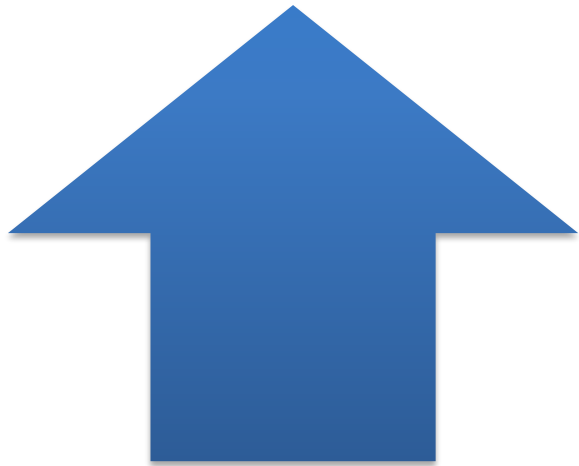


символикой)

приятя

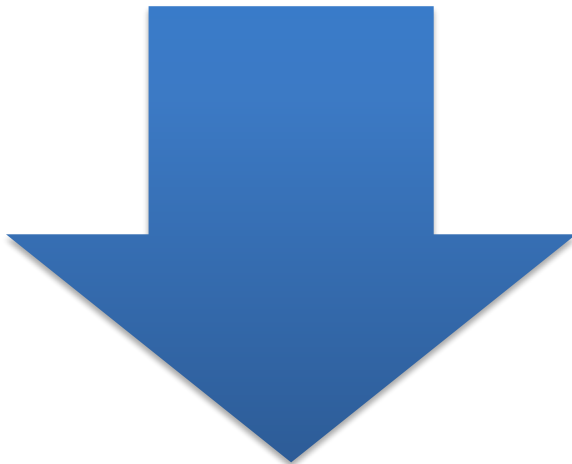
сэндвич, пирожное, шоколад и др.)





Вежливость и
компетентность
персонала

Чистота салона



Питание («очень
плохо»-44%)