

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-18 вч

Спеціальності 075 Маркетинг

Гриньов Артем Вікторович

Керівник: І.В. Тараненко, д.е.н., проф.

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Гриньов А.В. Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства. Розглянуто теоретичні основи управління маркетинговою діяльністю. Проаналізоване маркетингове середовище ТОВ «РУШ». Представлені напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства. В процесі роботи зроблено висновки та пропозиції щодо удосконалення обслуговування клієнтів підприємства ТОВ «РУШ». Результати розробок можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

Ключові слова: обслуговування, маркетингові заходи, задоволеність споживача, споживчі переваги, лояльність споживачів, програма лояльності.

SUMMARY

Hrynov A.V. Development of marketing activities to improve customer service for the company's clients.

The Master's thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of marketing activity of the Company "RUSH". The theoretical bases of marketing activity management are reconsidered. The marketing environment of Company "RUSH" is analyzed. Relevance of the topic in the fact that over the last few years competition in the market are grown. Now, customers have a great selection of places where they can find products or services they are interested in. That's why customer service become very important for companies and it's helping to create a competitive advantage for them. In the course of writing this diploma had been researched the retail market of Ukraine, namely the chain in the format "drogerie" and was developed and designed a loyalty program.

The results of the development can be used in practical marketing activities.

Keywords: Service, marketing activities, consumers satisfaction, consumer preferences, customer loyalty, a loyalty program.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ОБГРУНТУВАННЯ ВАЖЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ.....	7
1.1. Теоретичні основи розробки маркетингової програми та маркетингові комунікації.....	7
1.2. Роль споживачів для компанії та маркетингові заходи з удосконалення обслуговування клієнтів	17
1.3. Програми лояльності як засіб з удосконалення обслуговування клієнтів підприємства.....	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «РУШ» НА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	32
2.1. Аналіз господарської діяльності ТОВ «РУШ».....	39
2.2. Дослідження внутрішнього маркетингового середовища ТОВ «РУШ»....	34
2.3. Характеристика зовнішнього маркетингового середовища ТОВ «РУШ».	46
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ ДЛЯ МЕРЕЖІ МАГАЗИНІВ «ЄВА».....	59
3.1. Аналіз існуючих бонусних програм та розробка їх методик і технологій	59
3.2. Удосконалення програми, розрахунок бюджету і фінансування програми лояльності клієнтів мережі магазинів «ЄВА».....	65
3.3. Впровадження програми лояльності у мережу магазинів «ЄВА».....	82
ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	90

