

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

BACHELOR'S THESIS

on the topic

**“DEVELOPMENT OF MARKETING ACTIVITIES
TO IMPROVE CUSTOMER SERVICE
OF THE ENTERPRISE”**

Completed: 4th year student, group MG-19eng
Speciality 075 Marketing

code and title

Horbunov I.D.

surname and initials

Supervisor: Mishustina T.S., PhD in Economics,
Associate Professor

surname and initials, academic degree, academic rank

Dnipro, 2023

АНОТАЦІЯ

Горбунов І.Д. Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів підприємств.

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні маркетингові заходи з удосконалення обслуговування клієнтів підприємств, здійснено маркетинговий аналіз, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності підприємства «The Credit Thing» для удосконалення обслуговування. З урахуванням специфіки послуг підприємства «The Credit Thing» та конкурентних умов запропоновано впровадження маркетингових заходів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства «The Credit Thing» на ринку.

Ключові слова: маркетингові заходи, удосконалення обслуговування клієнтів, задоволеність клієнтів, якість обслуговування, стратегії, інновації, підприємства, аналіз, недоліки, літературний огляд, маркетингове обслуговування, план дій, ефективність, економічна доцільність.

SUMMARY

Horbunov I.D. Development of marketing measures to improve customer service of enterprises.

In the bachelor's thesis the theoretical and methodological marketing measures to improve customer service of enterprises are considered, marketing analysis is carried out, recommendations for improving the organisation of marketing activities of the enterprise "The Credit Thing" are developed to improve the service. Taking into account the specifics of the services of "The Credit Thing" enterprise and competitive conditions, the introduction of marketing measures has been proposed, which will increase the competitiveness of "The Credit Thing" enterprise in the market.

Keywords: marketing measures, improvement of customer service, customer satisfaction, quality of service, strategies, innovations, enterprises, analysis, shortcomings, literature review, marketing service, action plan, efficiency, economic feasibility.

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	6
SECTION 1. THEORETICAL PART. THE SYSTEM OF NON-BANKING SERVICES AND ITS IMPROVEMENT	10
1.1. Essence and features of the service process	10
1.2. Specifics of activities of a neobanking enterprise	13
1.3. Features of the service system in a neobanking enterprise	15
1.4. Legislative regulation of servicing in neobanks	17
SECTION 2. CURRENT STATE AND ASSESSMENT OF THE CUSTOMER SERVICE SYSTEM AT ENTERPRISE "The Credit Thing"	20
2.1. Characteristics of the company's business activities	20
2.2. Analysis and evaluation of the existing customer service system in the context of the company's marketing activities	24
2.3. Analysis of the market in which the company operates	44
2.4. Market Segmentation and product positioning	50
2.5. SWOT analysis	58
SECTION 3. WAYS TO IMPROVE THE CUSTOMER SERVICE SYSTEM	66
3.1. Development of measures to improve customer service	66
3.2. Marketing budget of the proposed activities	78
3.3. Economic feasibility of the proposed marketing activities	83
CONCLUSION.....	85
REFERENCES	87
APPENDIXES	93