

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА

на тему

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ
З УДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ
КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВА»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр-19-2
Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Цепа Вікторія Олегівна

ПІБ

Керівник: Щолокова Г.В., к.п.н., доцент
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ

Цена В.О. Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів підприємства.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню теоретичних засад та практичних аспектів маркетингової діяльності підприємства. Розглянуто теоретичні основи маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів. Проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «АРОМАТЄКА». Представлені напрями вдосконалення обслуговування клієнтів. В процесі написання роботи зроблено висновки та запропоновано заходи щодо удосконалення обслуговування клієнтів підприємства ТОВ «АРОМАТЄКА». Результати роботи можуть бути використані в практичній маркетинговій діяльності.

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

SUMMARY

Tsepa V.O. Development of marketing activities to improve customer service of the enterprise.

The Bachelor's thesis is devoted to the study of theoretical foundations and practical aspects of marketing activity of the enterprise. The theoretical foundations of marketing activities to improve customer service are considered. The marketing environment of AROMATEQUE LLC is analyzed. The directions of improvement of customer service are presented. In the process of work, conclusions were made and measures to improve the service of clients of AROMATEQUE LLC are proposed. Results of work can be used in practical marketing activities.

Keywords: service, marketing activities, consumer satisfaction, customer loyalty, a loyalty program.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ	8
1.1. Сутність, особливості та характеристика маркетингових заходів	8
1.2. Роль споживачів для компанії та важливість обслуговування клієнтів.....	10
1.3. CRM-система як засіб удосконалення обслуговування клієнтів.	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АРОМАТЄКА»	19
2.1. Характеристика ТОВ «АРОМАТЄКА».....	19
2.2. Аналіз українського ринку парфумерно-косметичної продукції	25
2.3. Сегментація та позиціонування ТОВ «АРОМАТЄКА»	30
2.4. Огляд наявних бонусних програм та якості обслуговування клієнтів в ТОВ «АРОМАТЄКА»	38
2.5. Аналіз мікро- та макросередовища. PEST- та SWOT-аналіз.	41
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З УДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ПІДПРИЄМСТВА	48
3.1. Маркетингове дослідження споживачів ТОВ «АРОМАТЄКА»	48
3.2. Розробка маркетингових заходів з удосконалення обслуговування клієнтів в ТОВ «АРОМАТЄКА» за допомогою CRM-системи.....	50
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	Ошибка! Закладка не определена.
ДОДАТКИ.....	70