Государственное учреждение образования

«Институт бизнеса и менеджмента технологий Белорусского государственного университета»

Кафедра бизнес-администрирования

Аннотация к дипломной работе

«Управление лояльностью корпоративных клиентов (на примере ЗАО «МТБанк»)»

А.К. Юхневич

Руководитель О.Н. Ерофеева

2014

Дипломная работа: 70с., 22 рис., 4 табл., 52 источника, 5 прил.

ЛОЯЛЬНОСТЬ, БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА, УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ, КЛИЕНТСКАЯ БАЗА, СЕГМЕНТАЦИЯ, БРЕНД, КОРПОРАТИВНЫЕ КЛИЕНТЫ

Объект исследования – ЗАО «МТБанк».

Предмет исследования – механизм управления лояльностью корпоративных клиентов в ЗАО «МТБанк».

Цель работы: на основе изучения сложившихся подходов к определению и оценке лояльности потребителей обосновать практические рекомендации по формированию эффективных программ повышения лояльности клиентов банка.

Методы исследования: аналитический, монографический, графический, экономико-статистический, абстрактно-логический, метод сравнения, метод системного анализа, комплексного исследования.

Исследования и разработки: определены основные направления повышения лояльности корпоративных клиентов ЗАО «МТБанк».

Элементы научной новизны: разработка комплексного подхода к оценке лояльности, мероприятия по повышению привлекательности коммерческого банка для корпоративных клиентов, проведение маркетингового исследования.

Область возможного практического применения: предложенные рекомендации по совершенствованию механизма управления лояльностью клиентов могут быть применены на практике руководством банка и специалистами отдела корпоративного бизнеса ЗАО «МТБанк».

Автор работы подтверждает, что приведенные в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражают состояние исследуемого процесса, а заимствованные из литературных источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Diploma work: 70 p., 22 fig., 4 table, 52 sources, 5 annex.

LOYALTY, THE BANKING SYSTEM, SATISFACTION, CUSTOMER BASE, SEGMENTATION, BRAND, CORPORATE CLIENTS

Object of study – JSC «MTBank».

Subject of study – mechanism of loyalty management of corporate clients in JSC «MTBank».

Purpose of the work: by studying the existing approaches to identifying and assessing customer loyalty justify practical advice on developing effective programs to increase customer loyalty in bank.

Research methods: analytical, monographic, graphic, economics and statistics, abstract logic, comparison method, the method of system analysis, complex study.

Researches and developments: identified the key directions of improving the loyalty of corporate clients in JSC «MTBank».

Elements of scientific novelty: development a comprehensive approach for evaluating loyalty, measures to improve the attractiveness of MTBank for corporate customers; marketing research.

The area of possible practical applications: proposed recommendations for improving mechanism of loyalty management can be applied in practice by specialists of corporate business in JSC «MTBank».

Author of diploma work confirms that the calculated and analytical material correctly and objectively reflect the status of the research process, and borrowed from the literature theoretical and methodological terms and concepts are accompanied by references to their authors.