**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет бизнеса**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к дипломной работе**

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ И УДЕРЖАНИЮ КЛИЕНТОВ ООО «ЭККАУНТ ПРОФ»**

ТЕЛЯТЕНКО Дарья Викторовна

Руководитель
Евменчик Оксана Сергеевна
старший преподаватель

2017

Объем 86 с., 10 рис., 28 таблиц, 25 источников, 3 приложения

СТРАТЕГИЯ, ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ, УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ, КЛИЕНТЫ, МАРКЕТИНГ, УСЛУГИ, СФЕРА В2В, ПРОДАЖИ, АНАЛИЗ ПРОДАЖ, АВС АНАЛИЗ КЛИЕНТОВ, ХУZ АНАЛИЗ КЛИЕНТОВ,ЭФФЕКТИВНОСТЬ

**Объектом** данного исследования является организация ООО «ЭккаунтПроф».

**Предметом** исследования является стратегия привлечения и удержания клиентов ООО «ЭккаунтПроф».

**Цель работы**– разработка стратегии привлечения и удержания клиентов ООО «ЭккаунтПроф».

**Методы исследования:** общенаучные методы исследований: системные, аналитические, статистические, маркетинговые.

В работе использованы учебные материалы по маркетингу, а также интернет-маркетингу, материалы средств массовой информации, данные объекта исследования и а также научно-популярные статьи.

**Исследования и разработки:** рассмотрены теоретические основы стратегии привлечения и удержания клиентов: содержание и функции стратегического маркетинга, стратегии работы с клиентами, ключевые показатели эффективности маркетинговой деятельности; в рамках маркетинговых исследований были проведены SWOT-анализ, анализ продаж ООО «ЭккаунтПроф», анализ методов привлечения клиентов, анализ клиентской базы, разработаны стратегия привлечения и стратегия удержания клиентов, оценен экономический эффект от их внедрения.

**Технико-экономическая и социальная значимость проведенного исследования** заключается в том, что применение его результатов на практике может повысить экономическую эффективность деятельности предприятия.

Дыпломная работа: 83 с., 10 мал., 28 табл. , 25 крыніцы, 3 дадатка

СТРАТЭГІЯ, ПРЫЦЯГНЕННЕ КЛІЕНТАЎ, ЎТРЫМАННЕ КЛІЕНТАЎ, КЛІЕНТЫ, МАРКЕТЫНГ, ПАСЛУГІ, СФЕРА В2В, АНАЛІЗ ПРОДАЖУ, АВС АНАЛІЗ КЛІЕНТАЎ, ХУZ АНАЛІЗ КЛІЕНТАЎ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ

Аб'ектам дадзенага даследавання з'яўляецца арганізацыя ТАА «ЭккаунтПроф».

Прадметам даследавання з'яўляецца стратэгія прыцягнення і ўтрымання кліентаў ТАА «ЭккаунтПроф».

Мэта працы - распрацоўка стратэгіі прыцягнення і ўтрымання кліентаў ТАА «ЭккаунтПроф».

Метады даследавання: агульнанавуковыя метады даследаванняў: сістэмныя, аналітычныя, статыстычныя, маркетынгавыя.

У працы выкарыстаныя навучальныя матэрыялы па маркетынгу, а таксама інтэрнэт-маркетынгу, матэрыялы сродкаў масавай інфармацыі, дадзеныя аб'екта даследавання і а таксама навукова-папулярныя артыкулы.

Даследаванні і распрацоўкі: разгледжаны тэарэтычныя асновы стратэгіі прыцягнення і ўтрымання кліентаў: змест і функцыі стратэгічнага маркетынгу, стратэгіі працы з кліентамі, ключавыя паказчыкі эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці; у рамках маркетынгавых даследаванняў былі праведзены SWOT-аналіз, аналіз продажаў ТАА «ЭккаунтПроф», аналіз метадаў прыцягнення кліентаў, аналіз кліенцкай базы, распрацаваны стратэгія прыцягнення і стратэгія ўтрымання кліентаў, ацэнены эканамічны эфект ад іх укаранення.

Тэхніка-эканамічная і сацыяльная значнасць праведзенага даследавання заключаецца ў тым, што прымяненне яго вынікаў на практыцы можа павысіць эканамічную эфектыўнасць дзейнасці прадпрыемства.

Thesis 83 p., Figures 10, Table 28, 54 sources, 3 app.

STRATEGY, ATTRACTION OF CLIENTS, CUSTOMER SATISFACTION, CLIENTS, MARKETING, B2B, SALES, SALES ANALYSIS, ABC ANALYSIS OF CLIENTS, XYZ CUSTOMER ANALYSIS, EFFICIENCY

The object of this study is the organization of LLC "Account Prof".

The subject of the study is the strategy of attracting and retaining the clients of LLC "Account Prof".

The purpose of the work is to develop a strategy for attracting and retaining the clients of LLC "Account Prof".

Methods of research: general scientific methods of research: system, analytical, statistical, marketing.

Used in work of educational materials on marketing, as Internet marketing, media materials, research object data and also popular science articles.

Research and development: the theoretical bases of the strategy of attracting and retaining clients are considered: the content and functions of strategic marketing, strategies for working with clients, key indicators of the effectiveness of marketing activities; Within the framework of market research, SWOT analysis, sales analysis of LLC "Account Prof", analysis of methods of attracting clients, analysis of the client base, a strategy for attracting and retaining clients were developed, and the economic effect of their implementation was estimated.

The technical, economic and social significance of the study is that the application of its results in practice can improve the economic efficiency of the enterprise.