

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

Кафедра инновационного управления

АНТОНЧИК
Виталий Станиславович

**РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ КЛИЕНТИНГА В
КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОНЛАЙНЕР»)**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 81 02 «Инновационный менеджмент»

Научный руководитель
Морозов Родион Игоревич
к.э.н.

Допущена к защите
«___» _____ 2020г.
Заведующий кафедрой
Инновационного управления
_____ Е.А. Поддубская
кандидат педагогических наук

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ, КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ, ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ, CRM, СИСТЕМА КЛИЕНТИНГА, СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ, СИСТЕМА СБОРА ИНФОРМАЦИИ, СИСТЕМА СТАНДАРТОВ, СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ, МЕТОДИКА ОЦЕНКИ.

Цель магистерской диссертации: разработать систему клиентинга для ООО «ОНЛАЙНЕР».

Актуальность работы: обусловлена растущей конкуренцией на рынках любых организаций, в связи с чем управление на основе клиентоориентированного подхода становится обязательным фактором успешного функционирования и существования бизнеса.

Объект исследования: система клиентинга ООО «ОНЛАЙНЕР».

Предмет исследования: управление предприятием на основе системы клиентинга и клиентоориентированного подхода.

Результаты и новизна: разработка системы клиентинга в ООО «ОНЛАЙНЕР» на основе принципов клиентоориентированности позволит управлять удовлетворенностью любых категорий клиентов компании, увеличить объем выручки и уровень рентабельности, измерять уровень лояльности клиентов с привязкой к финансовым результатам.

Структура работы: титульный лист, перечень сокращений и (или) условных обозначений, общая характеристика работы, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы.

Объем работы: 63 страницы.

Количество таблиц: 6.

Количество рисунков: 19.

Использованных источников: 41.

Приложений: 0.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

КЛІЕНТААРЫНТАВАНАСЦЬ, КЛІЕНТААРЫЕНТАВАНЫ ПАДЫХОД У КІРАВАННІ, ЛАЯЛЬНАСЦЬ КЛІЕНТАЎ, CRM, СІСТЭМА КЛІЕНТЫНГУ, СІСТЭМЫ КІРАВАННЯ ПРАДПРЫЕМСТВАМ, СІСТЭМА ЗБОРУ ІНФАРМАЦЫІ, СІСТЭМА СТАНДАРТАУ, СІСТЭМА ЛАЯЛЬНАСЦІ, МЕТОДЫКА АЦЭНКІ.

Мэта магістарскай дысертацыі: распрацаваць сістэму кліентынгу ў ТАА «ОНЛАЙНЕР».

Актуальнасць працы: абумоўлена ростам канкурэнцыі на рынках любых арганізацый, у сувязі з чым кіраванне на аснове кліентаарыентаванага падыходу становіцца абавязковым фактарам паспяховага функцыянавання і існавання бізнесу.

Аб'ект даследавання: сістэма кліентынгу ТАА « ОНЛАЙНЕР ».

Прадмет даследавання: кіраванне прадпрыемствам на аснове сістэмы кліентынгу і кліентаарыентаванай падыходу.

Вынікі і навізна: распрацоўка сістэмы кліентинга ў ТАА « ОНЛАЙНЕР » на аснове прынцыпаў кліентаарынтаванасці дазволіць кіраваць задаволенасцю любых катэгорый кліентаў кампаніі, павялічыць аб'ём выручкі і ўзровень рэнтабельнасці, вымяраць ўзровень лаяльнасці кліентаў з прывязкай да фінансавых вынікаў.

Структура працы: тытульны ліст, пералік скарачэнняў і (або) умоўных пазначэнняў, агульная характарыстыка работы, увядзенне, асноўная частка, заключэнне, спіс выкарыстанай літаратуры.

Аб'ём працы: 63 старонкі.

Колькасць табліц: 6.

Колькасць малюнкаў: 19.

Выкарыстаных крыніц: 41.

Прыкладанняў: 0.

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE WORK

CUSTOMER ORIENTATION, CUSTOMER-ORIENTED APPROACH TO MANAGEMENT, CUSTOMERS LOYALTY, CRM, CLIENTING SYSTEM, ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM, INFORMATION COLLECTION SYSTEM, STANDARDS SYSTEM, LOYALTY SYSTEM, ASSESSMENT METHODOLOGY.

The purpose of the master's thesis: to develop a clienting system for ONLINER LLC.

Relevance of the work: management based on a customer-oriented approach is an indispensable factor in the successful functioning and existence of a business due to growing competition on markets of any organizations.

Object of research: clienting system of ONLINER LLC.

Subject of research: enterprise management on the basis of clienting and a customer-oriented approach.

Results and novelty: the development of clienting system in ONLINER LLC based on the principles of customer-orientation is crucial to manage satisfaction of any categories of customers of the company, increase revenue and profitability, measure customer loyalty in relation to financial results.

Structure of the work: title page, list of abbreviations and (or) symbols, general characteristics of the work, introduction, main part, conclusion, list of used literature.

Volume of work: 63 pages.

Number of tables: 6.

Number of drawings: 19.

Sources used: 41.

Applications: 0.