

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

**РАЗВИТИЕ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА
В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ**

РАТЬКО Ярослав Дмитриевич

Научный руководитель:
Домакур Ольга Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2023

Дипломная работа: 61 с., 5 рис., 6 табл., 59 источников.

МАРКЕТИНГ, ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ, КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС, ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ, ЧАТ-БОТ, ВИДЕОКОНТЕНТ

Целью дипломной работы является разработка предложений по повышению эффективности клиентского сервиса в цифровом маркетинге ОАО «МТЗ».

В рамках достижения цели автором были поставлены следующие задачи:

- изучить понятия и определить виды клиентского сервиса в цифровом маркетинге;
- рассмотреть инструменты и правила построения клиентского сервиса в организации;
- рассмотреть показатели оценки эффективности клиентского сервиса в цифровом маркетинге организации;
- рассмотреть основные нормативные документы, регламентирующие маркетинговую деятельность субъектов хозяйствования Республики Беларусь в сети Интернет;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику ОАО «МТЗ»;
- провести анализ и дать оценку эффективности клиентского сервиса ОАО «МТЗ» в цифровом маркетинге.

Объект исследования: клиентский сервис в цифровом маркетинге.

Предмет исследования: клиентский сервис в цифровом маркетинге ОАО «МТЗ».

Методы исследования: абстрактно-логический, сравнительного анализа, группировок, экспертных оценок.

Область возможного применения: практически в маркетинговой деятельности ОАО «МТЗ».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников сопровождаются ссылками на их авторов.

Thesis: 61 p., 5 figures, 6 tables, 59 sources.

MARKETING, DIGITAL MARKETING, CUSTOMER SERVICE, INDICATORS FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF CUSTOMER SERVICE IN DIGITAL MARKETING, CHATBOT, VIDEO CONTENT

The aim of the thesis is to develop proposals to improve the efficiency of customer service in the digital marketing of LLC «MTW».

In pursuit of this goal the author has the following objectives:

- to study the concepts and define the types of customer service in digital marketing,
- to consider the tools and rules for building customer service in the organization,
- to consider the indicators for evaluating the effectiveness of customer service in the digital marketing of the organization,
- to consider the main regulatory documents regulating the marketing activities of business entities of the Republic of Belarus on the Internet,
- to give a brief organizational and economic description of LLC «MTW»,
- to analyze and evaluate the effectiveness of the customer service of LLC «MTW» in digital marketing.

Object of research: customer service in digital marketing.

Subject of research: customer service in digital marketing of LLC «MTW».

Research methods: abstract-logical, comparative analysis, benchmarking groups, expert assessments.

Realm of possible applications: in the practical marketing activities of LLC «MTW».

The author of the thesis confirms that the computational and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.