

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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

Аннотация к дипломной работе

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ

ЯРОШЕВИЧ Анастасия Сергеевна

**Руководитель
к.э.н., доцент, Н.В. Черченко**

Минск, 2025

Дипломная работа: 65 с., 3 рис., 10 табл., 53 источников.

МАРКЕТИНГ, ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ, ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ, DIGITAL-ИНСТРУМЕНТЫ, РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

Цель исследования: разработка программы лояльности клиентов для ООО «Маркони Итали».

Объект исследования: система лояльности клиентов ресторана ООО «Маркони Итали»

Предмет исследования: механизмы повышения лояльности клиентов в ресторанном бизнесе на примере ООО «Маркони Итали».

Методы исследования: контент-анализ, сравнительный анализ, статистические и графические методы, анкетирование.

Исследования и разработки: в ходе работы изучены теоретические основы лояльности клиентов, виды и структура программ лояльности, ключевые показатели их эффективности. Проведён анализ текущего уровня лояльности гостей ресторана «Маркони Итали» через анкетирование и оценку отзывов. Выявлены слабые места в системе мотивации постоянных клиентов. На основе исследования предложена комплексная программа лояльности

Область возможного применения: результаты могут быть использованы в ресторанном бизнесе для повышения клиентской лояльности, увеличения повторных посещений и среднего чека.

Автор подтверждает, что все аналитические данные, расчёты и выводы объективно отражают реальное состояние системы лояльности ООО «Маркони Итали».

Цитирования и заимствования сопровождаются ссылками на источники.

Дыпломная праца: 65 с., 3 мал., 10 табл., 53 крыніц.

МАРКЕТЫНГ, ЛОЯЛЬНАСЦЬ КЛІЕНТАЎ, ПРАГРАМЫ ЛОЯЛЬНАСЦІ, ЛІЧБАВЫЯ ІНСТРУМЕНТЫ, РЭСТАРАННЫ БІЗНЭС

Мэта даследавання: распрацоўка праграмы лояльнасці кліентаў для ТАА «Марконі Італі».

Аб'ект даследавання: сістэма лояльнасці кліентаў рэстарана ТАА «Марконі Італі».

Прадмет даследавання: механізмы павышэння лояльнасці кліентаў у рэстаранным бізнэсе на прыкладзе ТАА «Марконі Італі».

Метады даследавання: кантэнт-аналіз, параўнальны аналіз, статыстычныя і графічныя метады, апытанне.

Даследаванні і распрацоўкі: у ходзе працы вывучаны тэарэтычныя асновы лояльнасці кліентаў, віды і структура праграм лояльнасці, ключавыя паказчыкі іх эфектыўнасці. Праведзены аналіз бягучага ўзроўню лояльнасці гасцей рэстарана «Марконі Італі» праз апытанне і ацэнку водзваў. Выяўлены слабыя бакі ў сістэме матывацыі пастаянных кліентаў. На аснове даследавання прапанавана комплексная праграма лояльнасці.

Вобласць прымянення: вынікі могуць быць выкарыстаны ў рэстаранным бізнэсе для павышэння кліенцкай лояльнасці, павелічэння паўторных наведванняў і сярэдняга чаку.

Аўтар пацвярджае, што ўсе аналітычныя даныя, разлікі і высновы аб'ектыўна адлюстроўваюць рэальны стан сістэмы лояльнасці ТАА «Марконі Італі». Усе цытаванні і запазычанні суправаджаюцца спасылкамі на крыніцы.

Thesis: 65 p., 3 figures, 10 tables, 53 sources.

MARKETING, CUSTOMER LOYALTY, LOYALTY PROGRAMS, DIGITAL
TOOLS, RESTAURANT BUSINESS

Research objective: development of a customer loyalty program for «Markoni Italy».

Object of study: the customer loyalty system of «Markoni Italy» restaurant.

Subject of study: mechanisms for enhancing customer loyalty in the restaurant business using «Markoni Italy» as a case study.

Research methods: content analysis, comparative analysis, statistical and graphical methods, surveying

Research and development: the study examined theoretical foundations of customer loyalty, types and structures of loyalty programs, and key performance indicators. An analysis of the current loyalty level among «Markoni Italy» restaurant guests was conducted through surveys and review evaluations. Weaknesses in the motivation system for regular customers were identified. Based on the research findings, a comprehensive loyalty program was proposed.

Potential applications: the results can be applied in the restaurant industry to enhance customer loyalty, increase repeat visits, and boost average check amounts.

Author's confirmation: the author confirms that all analytical data, calculations, and conclusions objectively reflect the actual state of the loyalty system at «Markoni Italy». All citations and borrowed materials are properly referenced.