

**YÊU CẦU CỦA HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ**

Về: Những điểm cần sửa chữa bổ sung trước khi nộp đề án chính thức cho  
Viện Đào tạo Sau đại học

- Cần làm rõ các dữ liệu như: chi phí
- Làm rõ mối quan hệ giữa market và giá trị market (trung bình?)
- Giải thích một số market, giá trị market và trung bình?
- Cần xác định dữ liệu và bộ số Corp. Fy.
- Làm rõ chi phí đầu tư trong mục tiêu;
- Làm rõ chức năng của hoạt động trung gian trong thị trường.
- Làm rõ chức năng hoạt động marketing của công ty.

Thư ký Hội đồng

PGS.TS. Vũ Minh Đức

Chủ tịch Hội đồng

PGS.TS. Vũ Huy Thông

Học viên có trách nhiệm chỉnh sửa theo yêu cầu của Hội đồng chấm đề án tốt nghiệp. Trong trường hợp không chỉnh sửa, học viên sẽ không được công nhận kết quả bảo vệ.

Học viên phải đồng ý chỉnh sửa này cùng 02 ban nhân xét phê duyệt vào trước Mục lục của Quyển đề án chính thức nộp cho Viện DTSDH

Hà Nội, ngày 26 tháng 07 năm 2024

**BÁO CÁO CHỈNH SỬA, HOÀN THIỆN LUẬN VĂN/ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP  
THẠC SĨ  
THEO YÊU CẦU CỦA HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ**

Họ và tên: Nguyễn Văn Tuyên

Mã HV: CH310624

Người hướng dẫn: PGS.TS Phạm Thị Huyền & TS. Lê Thị Thu Mai

Ngành/CTĐT: Marketing

Tên đề tài luận văn/đề án tốt nghiệp: Marketing quan hệ với nhóm khách hàng cá nhân cho dịch vụ thẻ tín dụng LOTTE Finance

Căn cứ quyết nghị tại buổi họp ngày 22/07/2024 của Hội đồng đánh giá luận văn/đề án tốt nghiệp thạc sĩ (được thành lập theo Quyết định số 554/QĐ-ĐHKTQD ngày 08/07/2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân), học viên đã chỉnh sửa, hoàn thiện luận văn/đề án tốt nghiệp theo các nội dung như sau:

STT	Yêu cầu bổ sung, sửa chữa của Hội đồng đánh giá	Nội dung học viên đã chỉnh sửa, bổ sung hoặc giải trình lý do nếu muốn bảo lưu ý kiến ban đầu	Thể hiện trong luận văn/đề án tốt nghiệp (ghi rõ số dòng, số trang)
1	Làm rõ câu hỏi nghiên cứu	Điều chỉnh 2 câu hỏi nghiên cứu thành: - Những điểm mạnh và điểm yếu trong marketing quan hệ của LOTTE Finance đối với khách hàng cá nhân với dịch vụ thẻ tín dụng là gì? - LOTTE Finance cần thực hiện chiến lược marketing quan hệ nào nhằm tăng cường sự hài lòng và trung thành của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ thẻ tín dụng LOTTE Finance?	Dòng số 16 - 20, trang số 03
2	Làm rõ mối quan hệ và sự khác biệt	Trong khi đó, marketing truyền thống chú trọng tới việc tăng doanh số và thị phần.	Dòng số 14-20, trang số 01




STT	Yêu cầu bổ sung, sửa chữa của Hội đồng đánh giá	Nội dung học viên đã chỉnh sửa, bổ sung hoặc giải trình lý do nếu muốn bảo lưu ý kiến ban đầu	Thể hiện trong luận văn/đề án tốt nghiệp (ghi rõ số dòng, số trang)
	giữa marketing quan hệ và marketing truyền thống	Điểm nổi bật đó là marketing truyền thống chỉ tiếp cận khách hàng theo phương thức "một chiều", từ doanh nghiệp đến khách hàng. Marketing quan hệ và marketing truyền thống không mâu thuẫn với nhau, mà bổ sung cho nhau giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn, từ việc thu hút khách hàng mới đến việc duy trì và tăng cường mối quan hệ với khách hàng hiện tại.	
3	Bổ sung phương pháp chọn mẫu	Tác giả lựa chọn phương pháp "Chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản - Simple Random Sampling" trong lĩnh vực thống kê. Cụ thể, tác giả chọn ngẫu nhiên 400 email trong cơ sở dữ liệu của công ty để thực hiện khảo sát. Các email này đảm bảo gắn với khách hàng hiện hữu đang sử dụng thẻ LOTTE Finance.	Dòng số 24 -27, trang số 35
4	Bổ sung đề xuất về chiến lược marketing quan hệ	Trong chiến lược marketing quan hệ với khách hàng cá nhân, LOTTE Finance luôn xác định mục tiêu xuyên suốt đó là tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành với dịch vụ thẻ tín dụng LOTTE Finance. Để đạt được điều này, LOTTE Finance cần tạo ra trải nghiệm khách hàng tốt, xây dựng mối quan hệ cá nhân và tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng. Từ đó làm giảm số lượng khách hàng hủy thẻ tín dụng về mức dưới 10% trong giai đoạn 2024 - 2025.	Dòng số 10 - 15, trang số 52
5	Làm rõ chân dung khách hàng mục tiêu	Bao gồm các khách hàng cá nhân từ đủ 18 tuổi tới 65 tuổi có nhu cầu vay vốn hoặc sử dụng thẻ tín dụng phục vụ mục đích chi tiêu cá nhân tập trung tại 41 tỉnh, thành phố có mật độ dân số cao trên cả nước.	Dòng số 7-10, trang số 16

T	Yêu cầu bổ sung, sửa chữa của Hội đồng đánh giá	Nội dung học viên đã chỉnh sửa, bổ sung hoặc giải trình lý do nếu muốn bảo lưu ý kiến ban đầu	Thể hiện trong luận văn/đề án tốt nghiệp (ghi rõ số dòng, số trang)
	Bổ sung nguồn dữ liệu nội bộ của công ty sử dụng để kết hợp với khảo sát trong đề án	Đồng thời, tác giả cũng sử dụng thêm thông tin nội bộ của LOTTE Finance để bổ sung và so sánh với kết quả của cuộc khảo sát. Thông tin này được thu thập qua kênh Call Center, kết thúc mỗi cuộc gọi khách hàng sẽ được chuyển tới cuộc khảo sát ngắn với những câu hỏi liên quan tới sự hài lòng và lòng trung thành đối với dịch vụ.	Dòng số 30-34, trang số 35
	Làm rõ thực trạng hoạt động marketing quan hệ	Tác giả đã trình bày nội dung này tại trang số 27, mục 2.2.1. Chiến lược marketing quan hệ với nhóm khách hàng cá nhân cho dịch vụ thẻ tín dụng tại LOTTE Finance	


**Giáo viên hướng dẫn**

(Ký và ghi rõ họ tên)

  
Lê Thị Thu Mai

**Học viên**

(Ký và ghi rõ họ tên)

  
Nguyễn Văn Tuấn