

# MỤC LỤC

*Trang*

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....	v
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU .....	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ.....	vii
MỞ ĐẦU.....	viii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN .....	1
1.1. Các khái niệm liên quan.....	1
1.1.1. Khái niệm khách hàng.....	1
1.1.2. Khái niệm doanh nghiệp SME.....	1
1.1.2.1. Phân loại doanh nghiệp SME.....	2
1.1.3. Dịch vụ và dịch vụ ngân hàng, chất lượng dịch vụ.....	2
1.1.3.1. Khái niệm dịch vụ .....	2
1.1.3.2. Khái niệm dịch vụ ngân hàng .....	3
1.1.3.3. Khái niệm chất lượng dịch vụ .....	4
1.2. Cải thiện chất lượng dịch vụ dành cho khách hàng DNVVN.....	4
1.2.1. Yếu tố sản phẩm.....	5
1.2.2. Chiến dịch chiêu thị .....	6
1.2.3. Chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng .....	7
TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....	9
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CẢI THIÊN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DÀNH CHO KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ CỦA MB BANK – PGD TRƯỜNG CHINH.....	10
2.1. Tổng quan về ngân hàng TMCP Quân đội .....	10
2.1.1. Giới thiệu chung.....	10
2.1.2. Lịch sử hình thành.....	11
2.1.3. Tầm nhìn – Sứ mệnh – Giá trị cốt lõi .....	12
2.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Quân đội – PGD Trường Chinh.....	12
2.2.1. Quá trình hình thành và phát triển .....	12

2.2.2. Cơ cấu tổ chức.....	13
2.3. Thực trạng hoạt động cải thiện chất lượng dịch vụ dành cho khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ của MB Bank – PGD Trường Chinh .....	17
2.3.1. Thực trạng về sản phẩm dịch vụ .....	18
2.3.1.1. Sản phẩm ứng dụng BIZ MBBANK.....	19
2.3.1.2. Quy trình bán hàng sản phẩm ứng dụng BIZ MBBANK .....	22
2.3.2. Thực trạng về chiến dịch chiêu thị.....	26
2.3.3. Thực trạng về chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng.....	30
2.4. Định hướng chiến lược phát triển .....	36
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	37
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP CẢI THIỆN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DÀNH CHO KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ CỦA MB BANK – PGD TRƯỜNG CHINH .....	38
3.1. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động cải thiện chất lượng dịch vụ dành cho khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ của MB Bank – PGD Trường Chinh .....	38
3.1.1. Những thành tựu đạt được.....	38
3.1.2. Những mặt hạn chế .....	39
3.2. Giải pháp cải thiện chất lượng dịch vụ dành cho khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ của MB Bank – PGD Trường Chinh.....	41
3.2.1. Giải pháp cải thiện chất lượng sản phẩm ứng dụng BIZ MBBANK.....	41
3.2.2. Giải pháp nâng cao hoạt động marketing và công tác truyền thông, quảng cáo sản phẩm ứng dụng BIZ MBBANK.....	42
3.2.3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng, củng cố nguồn nhân lực .....	43
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	46
KẾT LUẬN.....	47
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	49
PHỤ LỤC 1.....	50
PHỤ LỤC 2.....	51
PHỤ LỤC 3.....	56