

НАМЕЛАКА

Вих.0024-13/01-2026

Від 13.01.2026р.

АКТ
впровадження результатів дослідження
здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня
Шваб Марини
на тему: «Напрями застосування емоційного брендингу для формування
лояльності споживачів».

Результати дослідження Марини Шваб за темою кваліфікаційної роботи **«Напрями застосування емоційного брендингу для формування лояльності споживачів»** пройшли апробацію та прийняті до впровадження у практичну діяльність ТОВ «Намелака-Київ».

На основі проведеного наукового дослідження було розроблено та запропоновано практичні рекомендації щодо вдосконалення системи управління результативністю маркетингової діяльності через емоційний, клієнтоорієнтований маркетинг в умовах конкуренції на ринку кондитерських виробів. Запропоновані Мариною Шваб стратегічні рішення на стадії впровадження у ТОВ «Намелака-Київ»: напрямки, заходи, результати (6 місяців).

Контент-маркетинг -40% бюджету (Instagram/TikTok), фоловери: +124% (12.7K→28.4K) CRM-персоналізація - сегментація клієнтської бази, NPS: 62-74 (+12 пунктів)

Клуб лояльності: майстер-класи, закриті події. Частота візитів: +50%

CSR-ініціативи: підтримка ЗСУ, локальні фермери, адвокація: +16 п.п.

Таким чином, науково-практичні результати магістерської кваліфікаційної роботи прийняті до практичного використання у маркетинговій діяльності підприємства, що підтверджує їх прикладну значущість, ефективність та можливість подальшого використання в діяльності підприємств різних галузей.

Директор

ТОВ «Намелака-Київ»



Наталля ШИНКАР