

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Řízení vztahu k zákazníkům (CRM)

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Eklová Klára

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka zkoumá reakce zákazníků na vybrané nástroje v rámci řízení vztahu se zákazníky v prostředí dané společnosti, aby mohla formulovat strategii pro CRM. Zkoumá oblasti Postoj zákazníka, Obrat z nákupu, Vnímání zákazníka, Chování zákazníka a Potenciál opakovaných nákupů. Teoretická část pracuje s poměrně zastaralými zdroji, což je ke škodě tam, kde tato řešerše slouží k posouzení stávajícího stavu. Práce je v teoretické části zúžena na kontakt "zákazník-prodejní tým", zatímco CRM obsahuje podstatně více interakcí a kontaktních bodů. Nicméně průzkum a následná doporučení zahrnují celé spektrum CRM nástrojů. Závěry a doporučení lze považovat za velmi přínosná pro danou společnost. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakou významnost přisuzujete prodejnímu asistentovi a internetovému obchodu a co je podle vás perspektivnější cesta?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou hlavní důvody, proč se zákazníci do dané prodejny nevracejí?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Liší se podle vás CRM aplikovaný směrem ke konečným uživatelům ve srovnání s CRM aplikovaným na pouhé kupující (jako je váš případ, že většinou kupují lidé toto zboží ne pro sebe, ale jako dárek).

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 16.05.2020

Podpis oponenta práce