

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Optimalizace e-mailových kampaní e-shopu GiB Jewels

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Karnazey Alexandra

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

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	X
	Aktuální prameny	
	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	

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

Další hodnocení:

Tématem práce je optimalizace e-mailových kampaní vybraného e-shopu GiB Jewels. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na prostoru bakalářské práce. Teoretická část odpovídá tématu a postupně představuje direct marketing, e-mailing a aktuální trendy v této oblasti. Tato kapitola je kvalitní, konkrétní a poskytuje solidní a aktuální vhléd do problematiky. Rovněž práce se zdroji, odkazování na ně, jejich aktuálnost a pestrost jsou v naprosté většině textu v pořádku. Metody jsou náležitě popsány v samostatné kapitole. Pro informace o firmě a jejím portfoliu byl použit rozhovor, jehož přepis je správně možné dohledat v přílohách práce. Dále autorka využila analýzu a A/B testing sady e-mailingových kampaní. Zvolené metody jsou též v pořádku. Navíc vhodně navazují na teoretickou část. Praktická část začíná představením vybrané společnosti. Následuje analýza současné e-mailingové komunikace, poté prezentace výsledků A-B testingu. Ta je podrobná a data jsou zpracována přehledně. Je jasné, co bylo provedeno. A/B testy jsou pestré. Bylo by jen vhodné vždy z jedné kategorie A/B testů jich uskutečnit více, aby byla získaná sada dat robustnější a výsledky ještě relevantnější. Nicméně na prostoru bakalářské práce se pořád jedná o velmi dobré zpracování. Kapitola končí patřičným shrnutím a předložením doporučení. Ta jsou opět dostatečně konkrétní a navazují na výsledky a rovněž některé poznatky z teoretické části. Text obsahuje drobné formální nedostatky. Práce je zpracována systematicky a její jednotlivé části na sebe logicky navazují. Je na ní znát zájem autorky o dané téma, konzultace byly pravidelné a dostačující. Práci tak doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete metriku životní hodnota zákazníka (CLTV = customer lifetime value). Jak může CLTV ovlivňovat e-mailing a nabídky prezentované zákazníkům prostřednictvím e-mailů?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Představte telesales (telemarketing) jako nástroj přímého marketingu. Uveďte jeho principy, výhody a nevýhody ve srovnání s e-mailingem.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak správně nastavit komunikační politiku vůči zákazníkům v rámci přímého marketingu (včetně emailingu)? Představte možné best practices.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 21.05.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz