

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Zvýšení loajality zákazníků ve firmě IMCD

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Vaňhara Petr

Oponent 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	
	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	

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

Další hodnocení:

Student si za téma a cíl své práce zvolil navržení doporučení pro zvýšení loajality a spokojenosti zákazníků ve firmě IMCD. Cíl je zvolen vhodně a je dostatečně konkrétní. Teoretická část odpovídá zvolenému tématu. Student se postupně věnuje specifikům B2B trhů, budování vztahů se zákazníky, loajalitě zákazníků a také metodám měření spokojenosti a loajality zákazníků. Obsahově tato část poskytuje solidní základ pro další části práce. Pouze místy by bylo vhodné lépe na zdroje odkazovat, někdy není úplně jasné, odkud bylo čerpáno. Vyskytují se drobné nedostatky ve způsobu citování. A rovněž některé zdroje jsou již zastaralejší a též by v některých kapitolách bylo dobré zvýšit pestrost zdrojů. Ocenil bych více podrobností a detailů k problematice měření spokojenosti a loajality zákazníků - obsah této kapitoly je poměrně obecný. Metodika je popsána v samostatné kapitole. Pro sběr dat bylo použito dotazníkové šetření a rovněž osobní rozhovory. V přílohách práce jsou pak správně uvedeny jak záznamy rozhovorů, tak tabelizovaná data z dotazníku. Bylo by vhodné metodiku přeci jen rozpracovat o něco více a vysvětlit také, jak jednotlivé výzkumné nástroje navazují na obsah teoretické části práce. Celkově by práce měla tvořit jednotný logický celek. Praktická část začíná představením společnosti IMCD, následuje rozbor aktuální situace obsluhy zákazníků a vyhodnocení výsledků výzkumu. Na závěr jsou prezentována doporučení. Ta jsou dostatečně konkrétní a většinou vychází ze získaných podkladů. Některá jsou vyčíslena i finančně. Na finanční dopady doporučení by bylo vhodné se zaměřit více a podrobněji je rozpracovat. Text obsahuje drobné formální nedostatky. Práce jako celek je však dostatečně kvalitní a zpracována systematicky. Na textu je znát zájem autora o danou problematiku.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Co označuje metrika net promoter score? Jak se měří a proč se firmám vyplatí ji sledovat?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Co vysvětluje metrika / pojem churn rate? Jaké nástroje a aktivity pro boj s churnem znáte? Na konkrétních příkladech pak uveďte, jak by mohly být použity ve společnosti IMCD.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

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: 21.05.2022

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz