



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kristýna Kvapilová

Název práce: Marketingová komunikace jako nástroj řízení vztahu se
zákazníky

Autor posudku: prof. Ing. Hana Mohelská, Ph.D.

Cíl práce: Analýza efektivnosti osobního prodeje, vyhodnocení úspěšnosti osobního prodeje, návrh opatření pro zvýšení efektivnosti marketingové komunikace.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v Odevzdej.cz (celková podobnost 0%).

Dílčí připomínky a náměty:

Nejsou.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Řízení vztahu se zákazníky je klíčovým faktorem pro všechny organizace, neboť zahrnuje veškeré procesy komunikace se zákazníky. Diplomová práce se zabývá přínosem osobního prodeje a telefonování pro efektivní řízení vztahu se zákazníky v oblasti bankovníctví. Teoretická část je zaměřena na vysvětlení a přiblížení pojmů z oblasti marketingové komunikace, GDPR a CRM. Analytická část popisuje marketingovou komunikaci banky zaměřenou na osobní prodej a domluvení schůzky po telefonu.

Přínosem práce je provedená analýza efektivnosti osobního prodeje a rozdíl v počtu prodejů mezi zvanými klienty a příchozími a vyhodnocení úspěšnosti osobního prodeje.

Na základě získaných výsledků jsou navržena doporučení pro zvýšení efektivnosti marketingové komunikace.

Autorka ve své práci pracovala systematicky, správně interpretovala získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Pracovala samostatně, se zájmem o vybrané téma. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní.

Na základě výše uvedeného lze konstatovat, že cíl práce je naplněný, práce je v souladu s Výnosem č. 1/2000 ve znění pozdějších úprav ze dne 12. 1. 2011.

Otázky k obhajobě:

Které zjištění, týkající se efektivnosti osobního prodeje, bylo pro Vás překvapením?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 23. května 2020

podpis