



## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Kvapilová Kristýna

**Název práce:** Marketingová komunikace jako nástroj řízení vztahu se zákazníky

**Autor posudku:** Václav Zubr

**Cíl práce:** Cílem práce je analýza efektivnosti osobního prodeje a rozdíl v počtu prodejů mezi zvanými klienty a příchozími. Záměrem je zjistit úspěšnost navolaných hovorů a získat odpovědi na následující výzkumné otázky: Zajistí velký počet uskutečněných hovorů větší počet prodejů. Mají příchozí klienti větší vliv na počet prodejů než ti pozvaní na schůzku telefonicky.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v systému Odevzdej.cz s celkovou podobností 0 %, práce je originálním dílem autorky a ve vlastním textu práce se nevyskytují shodné pasáže.

### Dílicí připomínky a náměty:

Práce je logicky členěna. Teoretická část práce uvádí základní pojmy, které jsou k pochopení dané problematiky potřebné. Autorka se věnuje především marketingové komunikaci, GDPR a marketingu služeb.

Celkově autorka použila 50 zdrojů, z nichž přibližně polovinu tvoří knižní zdroje, dále autorka použila téměř 20 studií ze Scopus a Web of Science. U některých obrázků autorka uvádí citaci ve formě odkazu na web. Seznam citací v závěru práce není číslovaný.

V metodice autorka uvádí dvě výzkumné otázky, na které v práci odpovídá.

V praktické části autorka popisuje skupinu ČSOB, nabízené produkty ČSOB bankou. Studentka provedla PEST analýzu a následně se zaměřila na vyhodnocení navolání s následnou osobní schůzkou v porovnání s příchozími klienty přímo na pobočku. V praktické části autorka uvádí typologie klientů,

bylo by zajímavé sledovat, jaké je složení klientů z tohoto pohledu. Praktická část práce by si zasloužila více detailů, chápu však, že detaily o prodeji jednotlivých produktů mohou být firemním tajemstvím. Další problém s dopracováním praktické části mohl vzniknout díky omezení otevírací doby poboček a snížení zájmu klientů na osobní schůzce během pandemie.

Po formální stránce se v práci místy vyskytují hovorové výrazy, práce jako celek je však dobře čitelná.

#### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Práce jako celek je dobře čitelná a splnila stanovený cíl.

Autorka interpretovala získané výsledky, které však mohly být zpracovány do větších detailů. Práce je dle mého názoru v souladu s požadavky na diplomovou práci, a proto ji doporučuji k obhajobě.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Ve Shrnutí výsledků uvádíte počty prodejů jak navoláním, tak příchozích klientů. O jaké produkty mají tito klienti zájem, liší se prodané produkty mezi jednotlivými skupinami (navolání vs. příchozí)?

2. Jednou z podmínek Premium Konta je příjem na účtu ve výši 50 000 Kč. Jaký je přístup banky k nabídce tohoto produktu (předpokládám, že se příjmy dvou zaměstnaných manželů k této částce blíží)?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: B**

**V Hradci Králové, dne 27. května 2020**

---

podpis