

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Optimalizace open rate emailingu ve společnosti Compelson

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Vrbka Tomáš

**Vedoucí práce:** Ing. Břetislav Stromko, MBA

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

|                             |  |          |
|-----------------------------|--|----------|
| <b>Vlastní přínos práce</b> | Formulace původních závěrů               | <b>X</b> |
|                             | Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů |          |
|                             | Chybí formulace vlastních závěrů         |          |

**Další hodnocení:**

Student si za téma své práce zvolil optimalizaci open rate emailingu ve společnosti Compelson. Tomu odpovídá i cíl práce. Zaměření práce je zvolené vhodně a je splnitelné na vymezeném prostoru. Struktura teoretické části odpovídá tématu. Nejprve je dostatečně podrobně rozebrán emailový marketing, následně je vysvětleno vyhodnocování emailingu a jeho jednotlivých parametrů a je představena rovněž problematika segmentace zákazníků. Práce se zdroji je kvalitní a bez větších výhrad. Student se snaží s ohledem na téma využívat nové zdroje a porovnávat názory a výzkumy jednotlivých autorů. Metodika je popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat autor využil polostrukturovaný rozhovor, jehož přepis lze najít v přílohách práce, následně praktické testování variant mailingu a jeho jednotlivých parametrů a odpovídající vyhodnocení parametrů těchto testů. Praktická část začíná představením společnosti Compelson. Poté se autor věnuje analýze současného stavu a vysvětluje návrhy na změnu a výsledky testování. Autor zmiňuje mnoho návrhů a strategií, ale ocenil bych, kdyby bylo provedeno více testů a sebráno více dat. Textu by to určitě prospělo. Závěrečná doporučení správně vycházejí z provedené analýzy a prezentovaných výsledků. Některá doporučení mohla být konkrétnější s větším množstvím praktických příkladů a ukázek. Bylo by vhodné též text místy zkrátit - některé informace se ve velkém detailu opakovaly na několika místech praktické části a závěru. Práci doporučuji k obhajobě. Vyskytují se pouze drobné formální nedostatky (např. nepřesné odkazování na Přílohu 1, protože Přílohy začínají rovnou Obrázkem 2). Práce je zpracována systematicky a její jednotlivé části na sebe logicky navazují. Jako vedoucí práce kladně hodnotím pravidelné konzultace ze strany studenta. Ten jevil v průběhu práce velký zájem o zvolené téma.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Jaký je v problematice emailingu rozdíl mezi metrikami hard bounce a soft bounce? Prosím, obě metriky vysvětlete a popište, jak by s nimi měly firmy pracovat.

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Vysvětlete, co v B2B marketingu znamená lead nurturing. Proč ho firmy využívají a jaká je v něm role email marketingu?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

Jaké jsou výhody a nevýhody email marketingu ve srovnání s ostatními nástroji marketingového komunikačního mixu?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

|                           |                         |          |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| <b>Výsledné hodnocení</b> | doporučuji k obhajobě   | <b>X</b> |
|                           | nedoporučuji k obhajobě |          |

**Datum: 30.05.2020**

---

**Podpis vedoucího práce**