VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce:: Customer Experience a mapy zákaznických cest ve vybrané společnosti

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Weissová Lucie

Vedoucí práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	**X**
	Ne	

Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	**X**
	Aktuální	
	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:
Autorka zpracovává poměrně novou problematiku, a to mapování a měření zákaznické zkušenosti. V aplikační části autorka navrhla tři druhy zákaznických cest, přičemž tvorba a mapování dané cesty je velmi odborná a kreativní záležitost, jelikož nelze zvolit žádný univerzální model, je třeba designovat danou cestu přímo na potřeby a specifika organizace i cílové skupiny. Provedená šetření i tvorbu map zákaznických zkušeností lze považovat za velmi důkladná, odborná a komplexní. Autorka významně přispěla nejen k budoucí lepší zákaznické zkušenosti ve společnosti Decathlon, ale i k rozvoji dané problematiky.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:
Proč jpreferujete "kreslit" zákaznické mapy a měřit zákaznickou zkušenost, než se spolehnout na ukazatel "spokojenost zákazníků"?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:
Co pro vás bylo na tvorbě map zákaznických zkušeností nejobtížnější?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:
Které "momenty pravdy" jste identifikovala a považujete za nejzásadnější pro zlepšení zákaznické zkušeností? (prosím 2-3 příklady)

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	**X**
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 16.05.2022

Podpis vedoucího práce