

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

PROJEKT DIPLOMOVÉ PRÁCE



MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

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

TÉMA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Využití moderních technologií v marketingovém komunikačním mixu
(Ing. Aleš Marek, Ph.D.)

PRACOVNÍ NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE

Využití QR kódů a NFC technologie pro podporu prodeje

AUTOR PROJEKTU

Andrzej Fierla / MBA 26

KATEDRA

Katedra marketingu

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem uvedený projekt diplomové práce vypracoval samostatně a že jsem ke zpracování tohoto projektu použil pouze literární zdroje v práci uvedené.

Datum a místo: Praha 30.3.2012

POZNÁMKY A PŘIPOMÍNKY

1. Vymezení řešené problematiky a cíl diplomové práce

Současný moderní Svět kloubí zaběhnuté, léty prověřené obchodní praktiky s novými přístupy a to ve všech fázích prodeje. Ať už se jedná o obaly výrobků, jejich prezentaci nebo samotný prodejní akt, všude se setkáváme s moderními technologiemi, které urychlují, usnadňují a zefektivňují komunikaci a prodej. Tyto si zcela nepochybně zaslouží pozornost širší veřejnosti, avšak technologický pokrok má rychlejší vývoj, než je ho trh schopen vstřebat a plně využít jeho výhod. Spotřebitelé mnohdy nejsou s novými technologiemi dostatečně seznámeni, resp. jsou seznámeni pouze zběžně ve stručném návodu, v krátkých článkách odborně zaměřených časopisů nebo prostřednictvím internetových blogů.

Zákazníci se nestíhají v záplavě novinek orientovat, přitom jsou mnohdy vybavení moderní technikou, která tyto technologie podporuje. To pochopitelně brání masovému rozvoji a potažmo zefektivnění prodejního procesu. Dalším omezením jejich rozšíření je zatím laxní přístup retailu, který má všechny potřebné prostředky k tomu, aby moderní technologie nasadil do svého prodejního procesu, tím navedl zákazníky k jejich používání, potažmo přitáhl pozornost kupujícího a usnadnil mu výběr, a tedy podpořil jeho rozhodnutí koupit.

Tato diplomová práce se bude zabývat problematikou využití dvou principiálně podobných technologií, které v dnešní době již zčásti pomáhají v marketingovém a prodejním procesu, ovšem jejich využití lze zatím spíše považovat za sporadické. Konkrétně se jedná o využití QR kódů a NFC technologie pro podporu prodeje.

Hlavním cílem je navržení takových metod a nových možností využití vybraných technologií, které by pomáhaly zvýšit efektivitu a rychlost prodejního procesu a zároveň byly přijatelné a použitelné jak pro zákazníka, tak i prodejce a výrobce moderních komunikačních technologií. Dílčím cílem je popsání současného stavu využívání těchto novinek jak u zákazníků, tak u prodejců, zmapování potenciálu rozšíření moderních technologií mezi širokou veřejnost a také stupeň zavádění těchto technologií prodejci a výrobci mobilní komunikační techniky.

Přínosem této diplomové práce je ucelená informace a doporučení týkající se QR kódů a NFC technologie a jejich možné formy použití v prodejním procesu, zvláště pro zefektivnění, zjednodušení a zrychlení prodeje. Navrhované nové způsoby využití těchto technologií budou komunikovány v prodejních řetězcích a doporučení plynoucí z této práce můžou být použity v praxi i dalšími prodejci anebo marketingovými agenturami.

2. Teoretická část

V první části bude na základě použitých zdrojů popsán marketingový komunikační mix a detailněji metody a možnosti podpory prodeje. Poté vývoj technologií, které byly dosud použity pro podporu prodeje a následně vznik a vývoj QR kódů a NFC. Bude uvedena jejich struktura, tvorba, druhy a normy, kterými se řídí jejich používání a zavádění.

Poté bude věnován prostor vyjmenování funkcí a možnosti použití obou technologií v prodejním procesu, jejich výhody, nevýhody a omezení, rozdíly a společné vlastnosti a vše bude shrnuto analýzou SWOT.

Teoretický základ o těchto technologiích se v dostupných materiálech nijak zvlášť nevyskytuje, proto budou kromě výběru dostupné literatury použity také podklady plynoucí z komunikace s odborníky.

3. Praktická část diplomové práce

Praktická část diplomové práce je adekvátní cílům a bude postavena na třech hlavních pilířích, u nichž jsou stanoveny předpoklady, které budou dále potvrzovány nebo vyvráceny marketingovými výzkumy.

- a) Obecné povědomí o QR kódech a NFC technologii a jejich využívání v současnosti
 - a. u zákazníků vybraného prodejního řetězce
Dílní předpoklady:
 - většina zákazníků je vybavená tzv. „chytrým“ mobilním zařízením,
 - většina zákazníků má tento přístroj při nákupu u sebe,
 - povědomí o QR kódech a NFC je zatím na nízké úrovni,
 - více než třetina zákazníků by uvítala zefektivnění a urychlení nákupního procesu za použití nových technologií a používala je, pakliže by byla dodatečně motivována marketingovou aktivitou.
 - b. u vybraných prodejců
Dílní předpoklady:
 - znalost vybraných technologií je na nízké úrovni,
 - většina prodejců by uvítala zefektivnění a urychlení prodejního procesu za použití nových technologií.
- b) Stupeň zavádění nových technologií a jejich možné propojení s prodejním procesem
 - a. u vybraných výrobců mobilní komunikační techniky
Dílní předpoklady:
 - většina tzv. „chytrých mobilů“ je schopná pracovat s QR kódy,
 - někteří výrobci uvažují o implementaci čteček QR kódů již ve fázi výroby,
 - většina výrobců bude mít do konce roku alespoň jeden přístroj s NFC technologií,
 - obě technologie jsou použitelné pro přímý prodej.
 - b. u vybraných prodejců
Dílní předpoklady:
 - zatím není prodejce, který by jednu z výše uvedených technologií využíval k podpoře prodeje,
 - někteří prodejci jsou za určitých okolností ochotní jednat o implementaci nových technologií podporujících prodej.
- c) Nové možnosti podpory prodeje pomoci nových technologií a jejich možná aplikace
 - a. u vybraných prodejců

Pro následnou analýzu bude nejdříve zapotřebí získat primární data. V rámci jejich sběru bude použita metoda explorativního marketingového výzkumu. Primární data budou analyzována tak, aby byla vytvořena informační základna pro následné vytváření návrhů nových způsobů využití, případně zdokonalení již použitých metod používání QR kódů a NFC s cílem zvýšit efektivitu prodeje a zrychlit prodejní proces.

4. Struktura práce

- A) Cíl práce
- B) Teoretická část
 - a. Historie moderních technologií v podpoře prodeje
 - b. Marketingový komunikační mix
 - c. Podpora prodeje
 - d. QR kódy
 - e. NFC technologie
- C) Metodologie
 - a. Popis použitých metod marketingového výzkumu
- D) Praktická část
 - a. Sběr primárních dat
 - b. Analýza dat
 - c. Návrhy nového využití QR kódů a NFC pro podporu prodeje
- E) Závěr

5. Harmonogram prací

Duben 2012

- Konzultace s vedoucím diplomové práce
- Vyhledání odborné literatury a sběr sekundárních dat k vybrané problematice
- Studium literatury

Květen 2012

- Vypracování teoretického základu práce
- Konzultace s vedoucím diplomové práce
- Sběr primárních dat

Červen 2012

- Sběr primárních dat
- Zpracování primárních dat
- Konzultace s vedoucím diplomové práce
- Analýza a interpretace dat

Červenec 2012

- Vypracování nových metod pro využití QR kódů a NFC
- Vypracování závěru

Srpen 2012

- Grafická úprava diplomové práce
- Vazba

6. Seznam použité literatury

Odborná literatura:

1. ENADIKOVÁ, Adriana, MADA, Štefan, WEINLICH, Stanislav, *Čárové kódy :automatická identifikace*, Grada Publishing, Praha, 1994, ISBN 80-85623-66-8.
2. ČICHOVSKÝ, Ludvík, *Marketingový výzkum*, VŠEM, Praha, 2010, ISBN 978-80-86730-61-5.
3. MACAULAY, David, *Nová mamutí kniha techniky*, Slovart, Praha, 2002, ISBN 80-7209-321-5.
4. PŘIKRYLOVÁ, Jana, JAHODOVÁ, HANA, *Moderní marketingová komunikace*, Grada Publishing, Praha, 2010, ISBN 978-80-247-3622-8.
5. SAUNDERS, John, KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, WONG, Veronica, *Moderní marketing*, Grada Publishing, Praha, 2007, ISBN 978-80-247-1545-2.
6. ISO/IEC 18004:2000, *Information technology — Automatic identification and data capture techniques — Bar code symbology — QR Code*, 2000.
7. ISO/IEC 14443:2000, *Identification Cards – Contactless integrated circuit(s) cards – Proximity cards*, 2000.

Časopisy:

1. KARCHŇÁK, Daniel, *Kódy, kam se podíváš*, Computer, 07/2011, ISSN 1210-8790.
2. MANDAU, Markus, KLEGA, Vratislav, *QR kódy: sejmut a na web*, Chip. 05/2008.

Internetové zdroje:

1. MASON, Moya, *Short History of Barcodes*, www.moyak.com, 2009, cit. 15.3.2012, dostupné z: <http://www.moyak.com/papers/history-barcodes.html>.
2. PAVLEČKA, Václav, *Úvod do podpory prodeje*, Marketing Journal, www.m-journal.cz, 12.12.2008, cit. 15.3.2012, dostupné z: http://www.m-journal.cz/cs/podpora-prodeje/uvod-do-podpory-prodeje__s282x432.html.
3. VYORÁLEK, Jiří, *Android QR kódy – k čemu jsou a jak je používat*, www.muhtc.cz, 24.5.2010, cit. 22.3.2012, dostupné z: <http://muhtc.cz/aplikace/android-qr-kody-k-cemu-jsou-a-jak-je-pouzivat>.
4. JELÍNEK, Tomáš, *Grafické kódy pro identifikaci výrobků a služeb*, Univerzita Pardubice, Pardubice, 2010, cit. 25.3.2012, dostupné z: http://dspace.upce.cz/bitstream/10195/37401/1/JelinekT_graficke_kody_MT_2010.pdf.
5. DOČEKAL, Daniel, *Budoucnost a současnost čárových kódů pro mobily*, www.pooh.cz, 2009, cit. 25.3.2012, dostupné z: <http://www.pooh.cz/pooh/a.asp?a=2015675>.
6. LAUSCHMANN, Jindřich, *Nejzajímavější využití QR kódů z celého světa*, www.tyinternety.cz, 20.03.2011, cit. 27.3.2012, dostupné z: <http://www.tyinternety.cz/reklama/nejzajimavejsi-vyuziti-qr-kodu-z-celeho-sveta-3196>.
7. www.nfcnews.com, 15.03.2012, cit. 28.03.2012, dostupné z: <http://www.nfcnews.com/2012/03/15/report-30-of-consumers-would-switch-phones-to-make-mobile-payments>.