

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Budování vztahu se zákazníky (CRM) v konkrétní organizaci

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Kerbachová Anna

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

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Hlavním cílem práce bylo prozkoumat efektivitu a kvalitu budování vztahů se dvěma cílovými skupinami zákazníků (koncovými klienty B2C a obchodními partnery B2B) firmy Amazing Places. Teoretická část je relevantní zkoumané problematice. Aplikační část analyzuje stávající stav a zjišťuje zpětnou vazbu a preference zákazníků v rozdělení na obě odlišné cílové skupiny. Rovněž je analyzována komunikace společnosti. Pozornost je věnována věrnostnímu programu, kde autorka několika metodami zjišťuje možnosti pro posílení loajality. Doporučení se částečně týkají kvality a struktury poskytovaných služeb a částečně vztahu se zákazníky. Souhrnně lze konstatovat, že autorka navrhuje více personalizace, relevantnost zasílaných nabídek, což je třeba činit prostřednictvím adekvátního CRM softwaru. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Na konkrétním příkladu prosím vysvětlíte možnosti personalizace.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

V rámci věrnostního programu jste zjistila, že respondenti by přivítali volnost ve výběru bonusu, tedy že by své nasbírané body mohli libovolně proměňovat za různé formy benefitů. Uveďte prosím tři benefity, které považujete za atraktivní a perspektivní a zdůvodněte.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 15.05.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz