

Meranie zákaznickej spokojnosti v spoločnosti Chep Cz ,s.r.o.

Autor: Bc. Oto Rodák

Vedúca práce: Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.

Štúdijný program: Projektové řízení inovací

Akademický rok: 2022/2023



1 Abstrakt

Diplomová práca sa venuje monitorovaniu a meraniu zákaznickej spokojnosti. V teoretickej časti vysvetľuje problematiku a popisuje súvislosti medzi spokojnosťou a lojalnosťou zákazníkov a zároveň opisuje jednotlivé teoretické modely spokojnosti zákazníkov. Ďalej sa táto časť práce venuje metódam monitorovania a merania spokojnosti a lojality zákazníkov, vývoj nástrojov určeným k tomuto procesu a ďalej definuje analytické prístupy a interpretáciu dát týchto meraní. Cieľom tejto diplomovej práce je ďalej v praktickej časti analyzovať súčasný stav merania zákaznickej spokojnosti v spoločnosti Chep, s.r.o., a pomocou dotazníkových šetrení, overiť pravdivosť definovaných výskumných hypotéz. Následne sa práca venuje vyhodnoteniu dát a identifikuje nedostatky v súčasnom stave a podáva návrhy na efektívnejšie spôsoby merania, opierajúc sa o hĺbkové rozhovory so zamestnancami spoločnosti Chep, s.r.o., a predstavuje súbor odporúčaní pre moderné spoločnosti. Záverom tejto práce je zhodnotenie významnosti merania zákaznickej spokojnosti a jej priamy vplyv na zákaznícku lojalitu a udržanie zákazníkov.

1 Abstract

The diploma thesis is devoted to monitoring and measuring customer satisfaction. In the theoretical part, it explains the terminology and describes the connections between customer satisfaction and customer loyalty, and at the same time clarifies individual theoretical models of customer satisfaction. Furthermore, this part of the work deals with the methods of monitoring and measuring customer satisfaction and loyalty, the development of tools intended for process, and further defines analytical approaches and interpretation of such data measurement. The aim of this diploma thesis is to analyze the current state of customer satisfaction measurement in the company Chep, s.r.o. in the practical part, and to verify the veracity of the defined research hypotheses using questionnaire surveys. Subsequently, the work is devoted to data evaluation and identifies weak points in the current state and provides proposal for more effective methods of measurement, based on in-depth interviews with employees of Chep, s.r.o. and presents a set of recommendations for modern companies. The conclusion of this work is an assessment of the importance of measuring customer satisfaction and its direct impact on customer loyalty and customer retention.

2 Kľúčové slová

Zákaznícka spokojnosť, metódy merania zákaznickej spokojnosti, riadenie vzťahov so zákazníkmi, transport, paletové hospodárstvo

2 Keywords

Customer satisfaction, customer satisfaction measurement methods, customer relationship management, transport, pallet economy

3 Metodológia

Hĺbkové rozhovory a dotazníkové šetrenie

3 Methodology

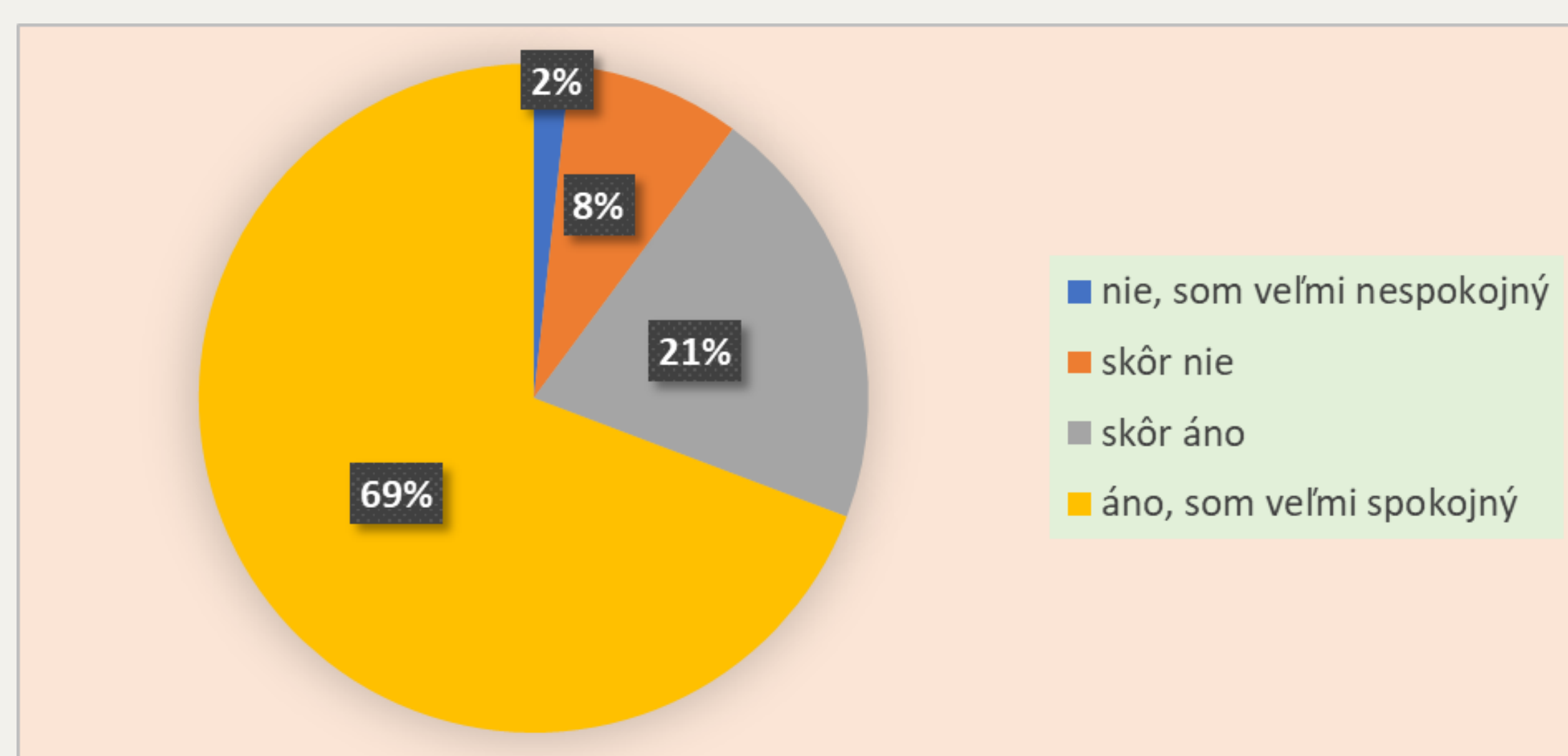
In-depth interviews and questionnaire survey

4 Analýza

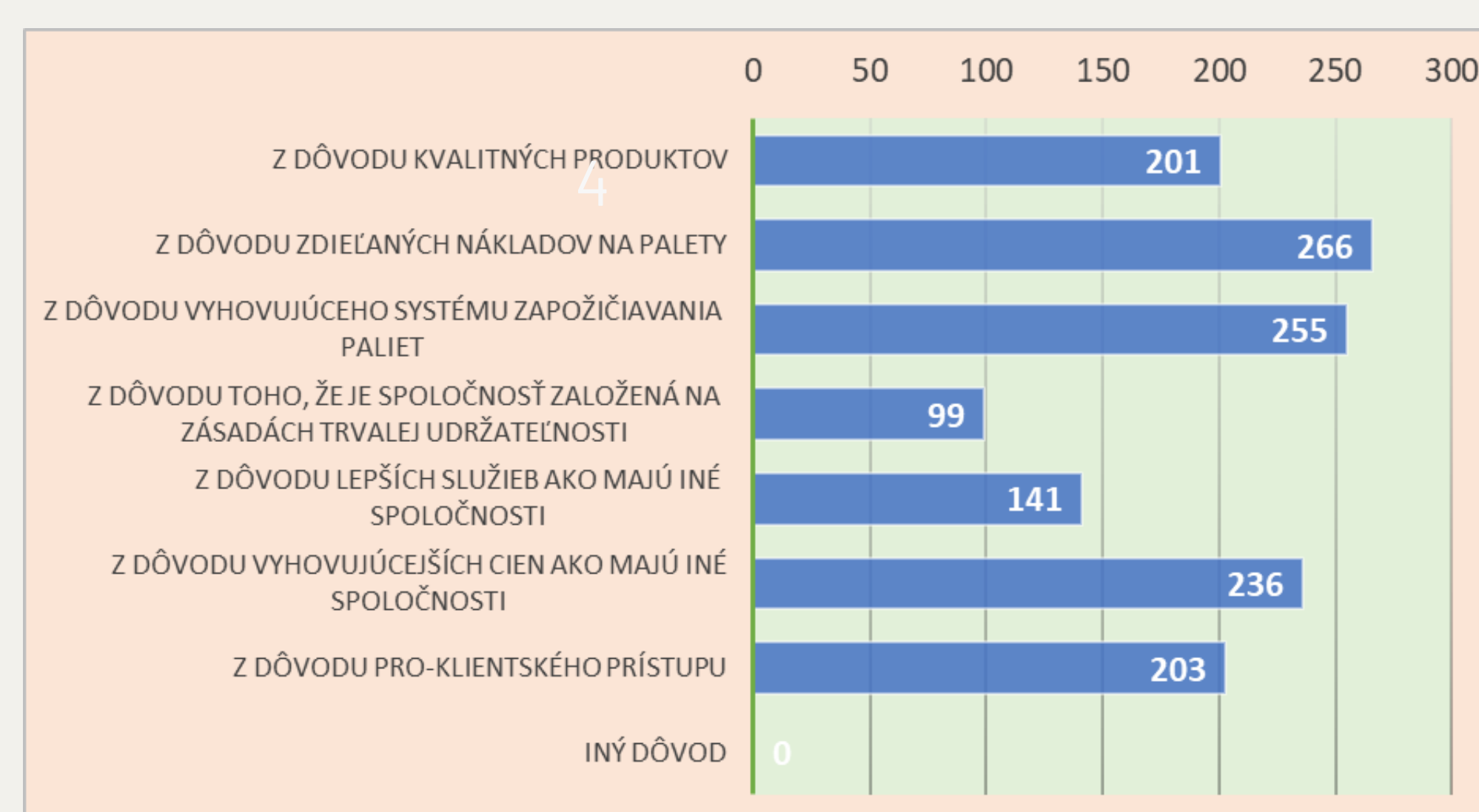
Dotazník vyplnilo 286 zákazníkov, z toho 45 % českých, 13 % slovenských a zvyšok 42 % zahraničných zákazníkov. Dotazníkové šetrenie poukazuje na spokojnosť zákazníkov so spoločnosťou Chep Cz,s.r.o. v týchto ukazateľoch:

4 Analysis

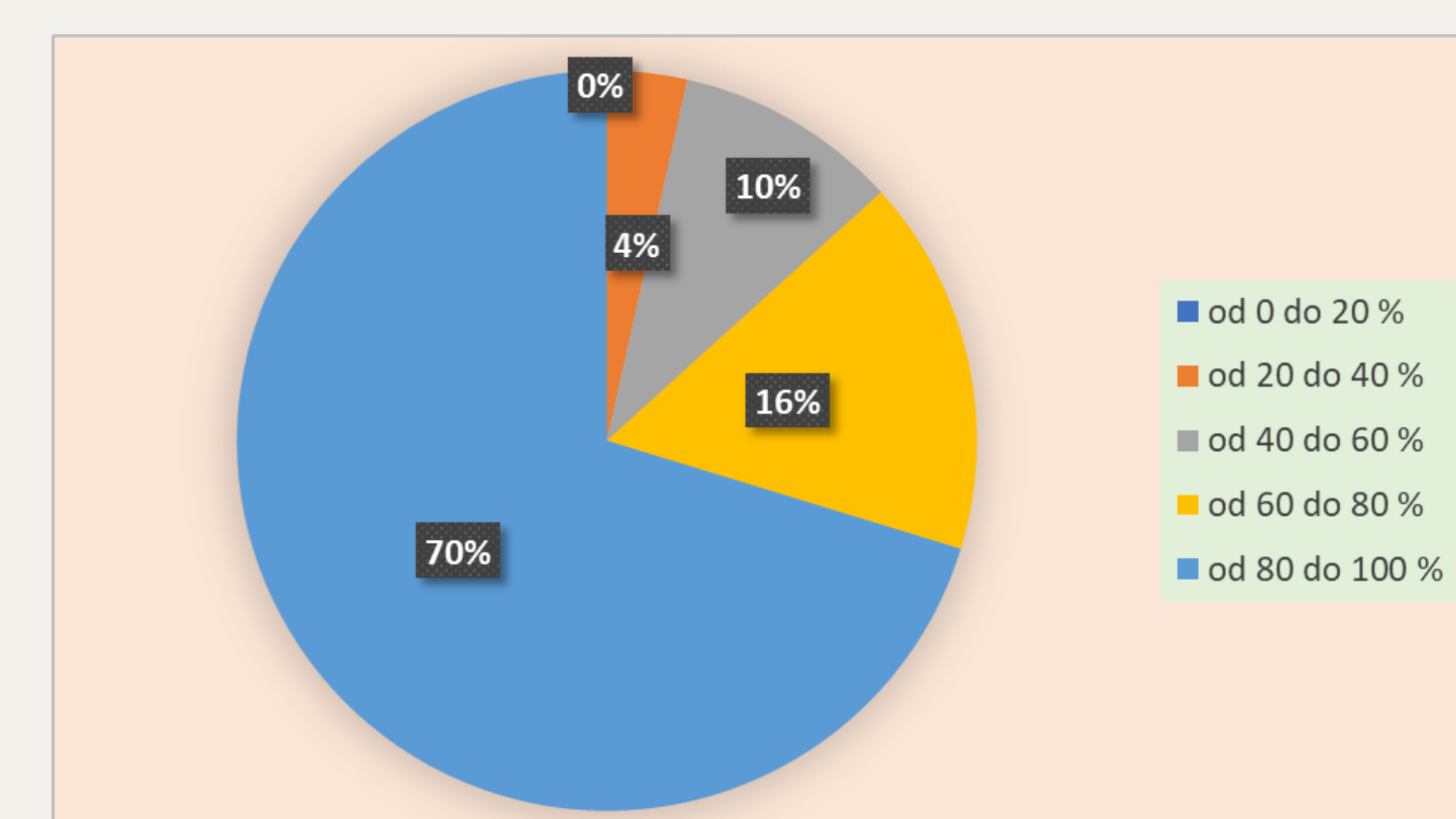
286 customers filled in the questionnaire, of which 45% were Czech, 13% Slovak and the rest 42% foreign customers. The questionnaire survey points to customer satisfaction with the company Chep Cz, s.r.o. in those indicators:



Spokojnosť zákazníkov s pomocou ktorú dostávajú od zamestnancov spoločnosti



Odpovede zákazníkov z akého dôvodu budú aj naďalej zákazníkmi Chep Cz,s.r.o.



Celková spokojnosť zákazníkov z dotazníkového merania

5 Záver

Vychádzajúc z analýzy aktuálneho merania spokojnosti zákazníkov, ďalej z hĺbkových rozhovorov s dvomi zamestnancami či zo zistení dotazníkového šetrenia sme neskôr navrhli nový systém monitorovania a merania zákaznickej spokojnosti a tým aj ich lojality k vybranej spoločnosti Chep CZ, s.r.o., ktorý obsahoval viacero otázok podľa segmentu podnikania. Novo navrhnutý systém monitorovania a merania zákaznickej spokojnosti obsahuje tri nástroje. Prvými dvomi nástrojmi sú anketa a dotazník patriace pod kvantitatívne metódy. Tretím nástrojom je rozhovor, resp. interview, ktorý patrí ku kvalitatívnym výskumným metódam. Všetky tri nástroje by mali byť využívané v presne určených periódach.

5 Conclusion

Based on the analysis of the current measurement of customer satisfaction, further in-depth interviews with two employees or the findings of a questionnaire survey, we later proposed a new system for monitoring and measuring customer satisfaction and the team and their loyalty to the selected company Chep CZ, s.r.o., which contained several questions according to the business segment. The newly designed system for monitoring and measuring customer satisfaction includes three tools. The first two tools are a survey and a questionnaire belonging to quantitative methods. The third tool is an interview, or interview, which belongs to qualitative research methods. All three tools should be used in precisely defined periods.

Súvisajúca literatúra /Related literature

HAYES, Bob. Measuring customer satisfaction and loyalty: survey design, use, and statistical analysis methods. Wisconsin : ASQ, 1997. ISBN-13: 978-0873893626.

KOZEL, Roman. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha : Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.

Spoločnosť Chep CZ, s.r.o. b. História spoločnosti. [online]. 2023, s. 1. [cit. 6.7.2023]. Dostupné z: <https://www.chep.com/our-company/our-history>

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. Praha : GRADA Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-1359-5.

HILL, Nigel. Customer satisfaction: the customer experience through the customer's eyes. London : Cogent, 2007. ISBN 978-09-5541-611-8.