

Abstrakt

Tato práce se zabývá věrnostními mobilními aplikacemi v České republice. Cílem této práce je zhodnotit věrnostní aplikace retailových řetězců v ČR, porovnat je s úspěšnými aplikacemi retailových firem v zahraničí a navrhnou inovativní řešení pro prostředí českého retailu. V práci je využita metoda multikriteriální rozhodovací analýzy na jejímž základě je stanovena kompromisní varianta mobilní věrnostní aplikace.

Klíčová slova

Věrnostní programy, retail, mobilní aplikace, retail marketing, retail management.

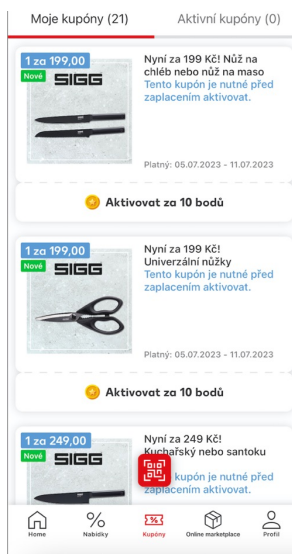
Retailový řetězec	Celková preference
Lidl	0,249
Kaufland	0,319
Albert	0,171
Penny	0,067
Tesco	0,194

Abstract

This thesis deals with loyalty mobile applications in the Czech Republic. The aim of this work is to evaluate loyalty applications of retail chains in the Czech Republic, compare them with successful applications of retail companies abroad and propose innovative solutions for the Czech retail environment. The paper uses a multicriteria decision analysis method to determine a compromise variant of a mobile loyalty application.

Keywords

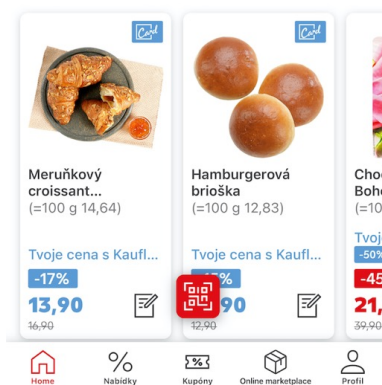
Loyalty programs, retail, mobile applications, retail marketing, retail management



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**



Nabídky Kaufland Card Zobrazit vše



Závěr

Jako kompromisní varianta byla vybrána mobilní věrnostní aplikace společnosti Kaufland a byla navržena doporučení, která pomohou program zatraktivnit pro seniory a také mladší generaci. Využití umělé inteligenci, většího cílení na generaci senior, vůžití personifikace a gamifikace v samotné mobilní aplikaci.

Literatura

- [1] DOROTIC, Matilda, VERHOEF, Peter C., FOK, Dennis a BIJMOLT, Tammo H.A., 2014. Reward redemption effects in a loyalty program when customers choose how much and when to redeem.
- [2] BOMBALI, Nick J.F. a DEKIMPE, Marnik G., 2020. When do loyalty programs work? The moderating role of design, retailer-strategy, and country characteristics.
- [3] OLINILLO, Sebastian, AGUILAR-ILLESCAS, Rocío, ANAYA-SÁNCHEZ, Rafael a CARVAJAL-TRUJILLO, Elena, 2022. The customer retail app experience: Implications for customer loyalty.