

HODNOCENÍ KVALITY VYBRANÉ SLUŽBY METODOU „MYSTERY SHOPPING”



CÍL PRÁCE

Identifikovat klíčové aspekty a problémy zákaznického servisu a na základě získaných dat formulovat doporučení pro jejich zlepšení.

Autor bakalářské práce: **Jiří Zídek**

Ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**

Katedra: **Institut manažerských studií**

Studijní program: **Ekonomika a Management**

Vedoucí práce: **Ing. Petra Jílková, PhD.**

Akademický rok: **2023/2024**

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zaměřuje na hodnocení kvality zákaznického servisu ve vybraných společnostech pomocí metody "Mystery Shopping." Cílem je identifikovat klíčové aspekty a problémy zákaznického servisu a na základě získaných dat formulovat doporučení pro jejich zlepšení. V teoretické části je vymezena problematika metody mystery shopping, marketingové komunikace, zákaznické zkušenosti a zákazníka. V praktické části se pomocí navrženého scénáře a vyhodnoceného standardizovaného dotazníku zjišťují různé aspekty a problémy servisu, včetně přístupu personálu, rychlosti obsluhy a kvality poskytovaných informací. Výsledkem práce jsou návrhy na zlepšení zkoumaných služeb v rámci vybraných prodejen.

ABSTRACT

The bachelor thesis focuses on the evaluation of customer service quality in selected companies using the "Mystery Shopping" method. The aim is to identify key aspects and problems of customer service and to formulate recommendations for improvement based on the data obtained. In the theoretical part the issues of mystery shopping method, marketing communication, customer experience and customer are defined. In the practical part, various aspects and problems of service, including staff attitude, speed of service and quality of information provided, are identified using a designed scenario and an evaluated standardized questionnaire. As a result of the work, suggestions for improvement of the investigated services within the selected outlets are made.

KLÍČOVÁ SLOVA

Mystery Shopping, zákaznický servis, hodnocení kvality, marketingová komunikace, zákaznická zkušenost.

KEY WORDS

Mystery Shopping, customer service, quality evaluation, marketing communication, customer experience.

DOPORUČENÍ

Spike Company, s.r.o.: posílení personálních školení a zlepšení interní komunikace

Section s.r.o.: lepší management prodejního prostoru a zlepšení procesů zákaznického servisu

Kategorie	Spike (bodů/max)	Section (bodů/max)	Lepší výsledek
Atmosféra prodejny	97 / 120	92 / 120	Spike
Hodnocení personálu	125 / 165	107 / 165	Spike
Hodnocení produktové nabídky	88 / 120	93 / 120	Section
Hodnocení nákupního procesu	84 / 105	83 / 105	Spike
Celkové skóre	394 / 510	375 / 510	Spike