

Mystery calling ve vybraných společnostech

Josef Merva

eské vysoké učení technické, Masaryk v ústav vyšších studií

Abstrakt

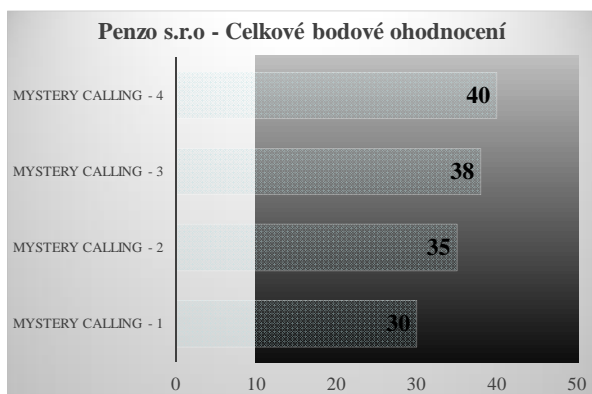
Cílem bakalářské práce je zhodnocení kvality nabízených služeb zákaznickou podporou pomocí metody mystery calling. Práce je rozdělena na dvě části o teoretickou a praktickou. V teoretické části se zabývám aktivním a pasivním telemarketingem, teoretickým vysvětlením mystery shoppingu, jeho historií, forem, výhod a nevýhod, jednotlivými fázemi a v neposlední řadě etickými aspekty této metody. V praktické části je popsána příprava, realizace a vyhodnocení mystery callingu ve dvou vybraných společnostech. Součástí praktické části je i doporučení na možná vylepšení zákaznické podpory.

Abstract

The aim of the bachelor thesis is to evaluate the quality of offered services by customer support using the mystery calling method. The thesis is divided into two parts - theoretical and practical. In the theoretical part I deal with active and passive telemarketing, theoretical explanation of mystery shopping, its history, forms, advantages and disadvantages, individual phases and, finally, ethical aspects of this method. The practical part describes the preparation, implementation and evaluation of mystery calling in two selected companies. Part of the practical part includes recommendations for possible improvements in customer support.

Penzo s.r.o.

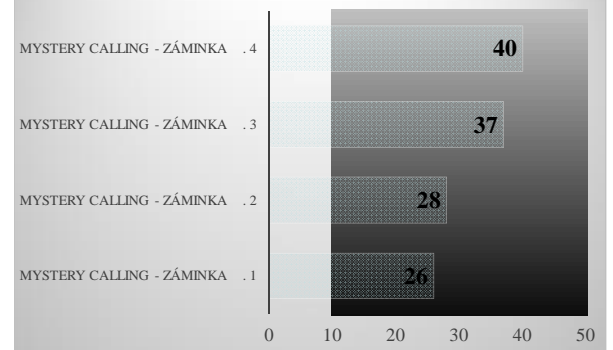
Společnost Penzo s.r.o. vznikla v roce 2008 jako specializovaný internetový obchod prodávající volnočasové potřeby. Po krátké době došlo k reorientování na prodej bazénů, zahradní techniky a nářadí. Portfolio je složeno z velkého množství velmi kvalitních produktů od renomovaných značek.



Tipnet s.r.o.

Společnost Tipnet s.r.o. je produktově velmi blízce zaměřená společnost Penzo s.r.o. Kromě bazénové a zahradnické chemie také nabízí celou řadu elektro spotřebičů, audio a video techniky a domácí potřeby.

Tipnet s.r.o. - Celkové bodové ohodnocení



Závěr

Alfou a omegu každé společnosti je spokojený a vracející se zákazník. Z tohoto důvodu je žádoucí, aby zákaznická podpora a péče o zákazníka dosahovala co možná nejvyšší úroveň. Mystery shopping, respektive jedna z jeho metod Mystery calling je v dnešní době často používaným nástrojem, který dokáže poměrně relevantně zhodnotit aktuální kvalitu zákaznické podpory.

Cílem této práce byla realizace mystery callingu ve vybraných společnostech, a tím zhodnocení jejich zákaznických podpor. Hodnocen byl celý hovor, se zaměřením na jeho části o úvod hovoru, nabídka e-mailů, předem připravené záminky, nabídka doplňkových produktů a ukončení hovoru.

První fáze, při které probíhaly v každé ze společností dva mystery calls dopadla relativně průměrně. V druhé fázi, která probíhala o měsíc později a opět obsahovala dva mystery calls do každé společnosti, byl výsledek o mnoho lepší. Současnou zákaznickou podporu, jak společnost Penzo s.r.o., tak Tipnet s.r.o. hodnotím jako vynikající. Cíle byly tedy splněny.

Je zásadní, aby si obě společnosti udržely a zvýšily úroveň a kvalitu zákaznické podpory udržely a nadále ji zvyšovaly. Toho se dá dosáhnout zejména vazbou jednotlivým operátorem, například metodou mystery calling. Dále bych doporučila pravidelná školení a kurzy, které by měly zaměřeně neustále aktualizovat novými trendy a znalostem.

Zdroje

- SANTLEROVÁ, Květoslava. *Telemarketing v praxi: jak profesionálně telefonovat se zákazníky*. 2., aktualiz. a rozšíř. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3928-1.
- MAITLAND, Iain. *Umění telefonovat*. Praha: Computer Press, 2000. Rozvoj osobnosti (Computer Press). ISBN 80-7226-350-1.
- WINTEROVÁ, Ch. 1997. *Prodej po telefonu, od prvního telefonátu k jistému zisku*. Praha: Management Press.
- FORET, Miroslav. *Jak komunikovat se zákazníkem: co a jak chci sdělit, jakou cestou, příklady z českého prostředí*. Praha: Computer Press, 2000. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-301-3.
- ROŤENSKÝ, Mairo. *Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve své společnosti a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás*. Jihlava: Baroque Partners, 2014. ISBN 978-80-87923-02-3.