

MYSTERY SHOPPING V PRAXI

Nikola Žďárská
Bakalářská práce
květen 2017

Abstrakt

Tato bakalářská práce na téma Mystery Shopping v praxi, je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se především zabývám vysvětlením pojmů strategický marketing, marketingový výzkum, a nakonec samotnému Mystery Shoppingu – jeho druhy a fázemi.

Praktická část je poté zaměřena na Mystery Shopping vykonávaný ve vybraných studentských domech, které poskytují ubytování především zahraničním studentům. Na základě předem sestaveného hodnotícího archu jsem analyzovala kvalitu služeb, personál a pořádek na pracovišti. Na závěr mé bakalářské práce poskytnu výsledky výzkumu a návrhy na zlepšení služeb.



Abstract

This Bachelor Thesis on the topic of Mystery Shopping in practice is divided into a theoretical and practical part. The theoretical part focuses mainly on shedding the light on notions such as strategic marketing, marketing research and Mystery Shopping itself – its types and phases. The practical part documents the real-life application of Mystery shopping at student dormitories, which provide accommodation primarily to foreign students. On the basis of the constructed evaluation sheet beforehand, the analysis of the quality of services, personnel and tidiness on the workplace was carried out. At the end of this thesis the results of the research are presented and appropriate improvements to the services are suggested.

V rámci výzkumu jsem si vybrala tyto čtyři studentské domy, které budou hodnoceny dle předem vypracovaného dotazníku:

ApartStudent

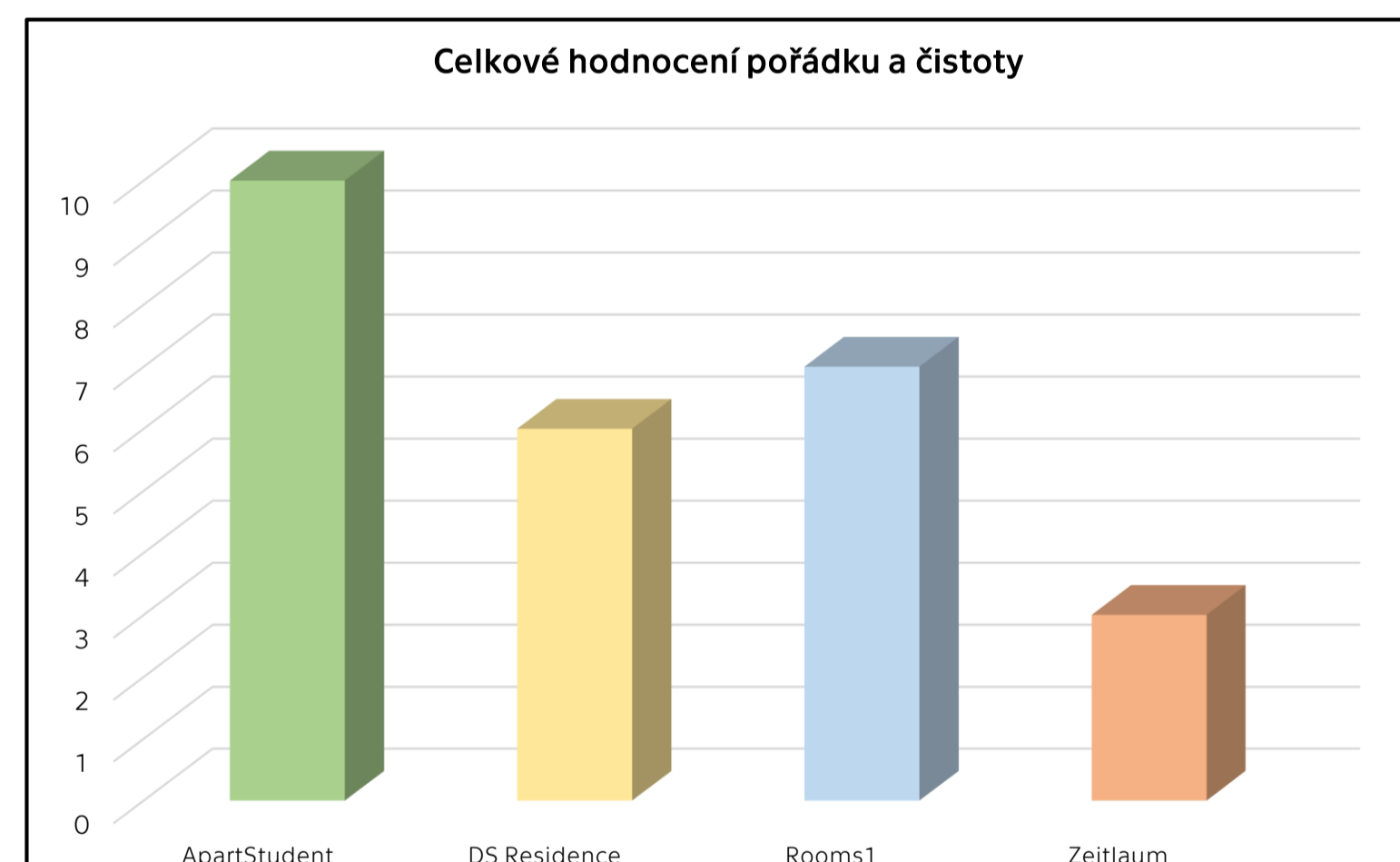
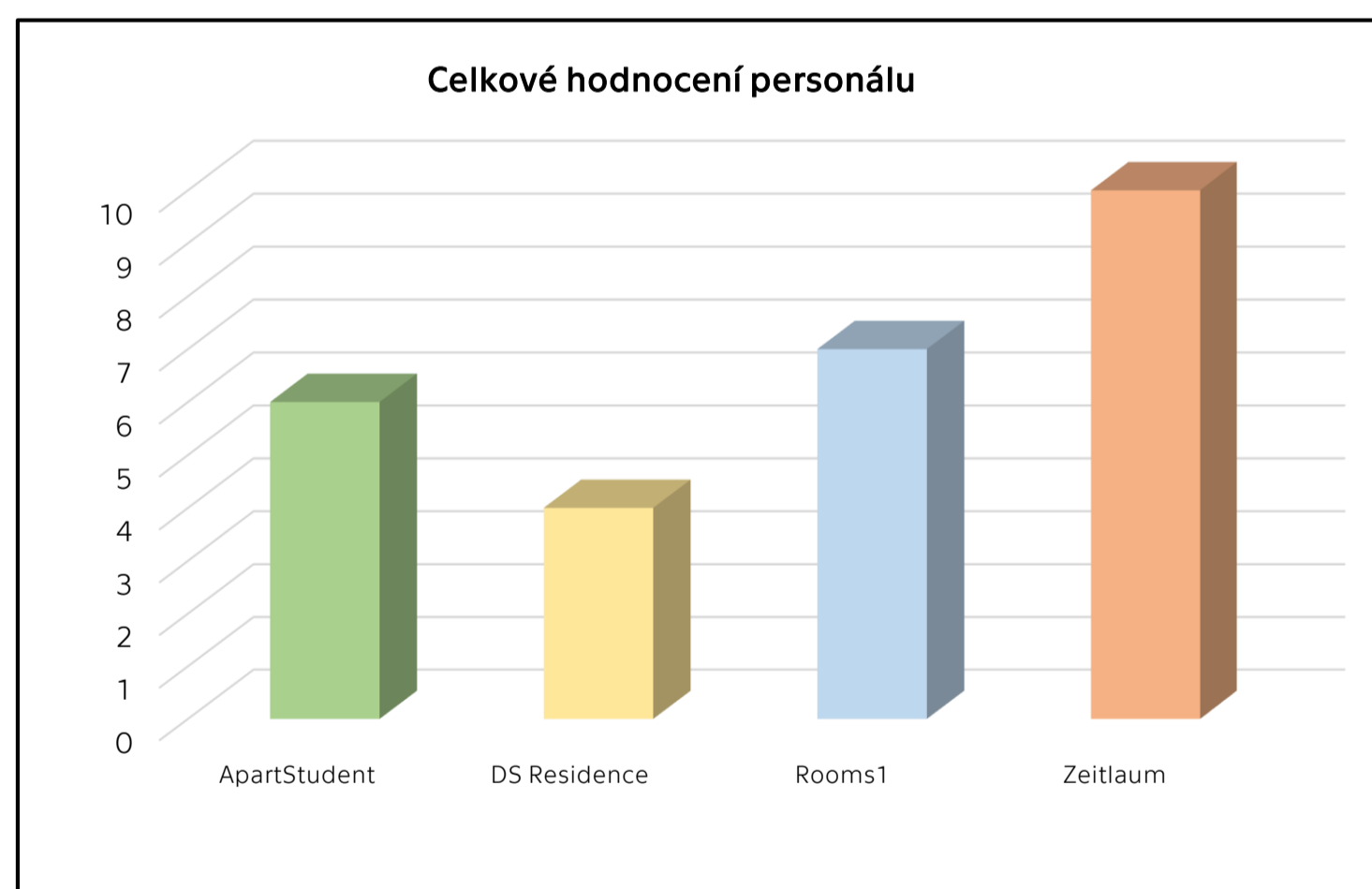
DS Residence

Rooms1

Zeitlaum

Dotazník zohledňoval otázky týkající se kvality poskytovaných služeb, personálu a pořádku na pracovišti či v prostorách, které studenti často využívají. Hodnocení služeb bylo rozděleno celkem na 6 kapitol, které průměrně obsahovaly 3 podotázky. Otázky byly pokládány vždy v souvislosti s danou kapitolou. První hodnocenou položkou byly pokoje, dále recepce, společenské výtahy, studium, ostatní služby a administrativa.

Vzhledem k rozsáhlosti grafů ohledně zjišťování kvality služeb jsou zde uvedeny pouze konečné grafy hodnoceného personálu a pořádku a čistoty na pracovišti, přičemž jsem hodnotila na škále od 1 – 10 (1 = nejhorší, 10 = nejlepší). V závěru tedy vyplývá, že nejlépe hodnocený je personál v Zeitlaum, naopak pořádek a celkový dojem z domu je nejlepší v ApartStudent.



Návrh na zlepšení služeb

Adaptační výlety

Domy by se měly snažit, aby svým studentům pobyt co nejvíce zpříjemnily, a tím posílily svoji reputaci (především metodou WOM). V rámci četnosti bych navrhovala uskutečňovat výlety vždy 2x za semestr na území ČR či výjimečně za hranicemi (Vídeň, Drážďany). Před určením dané destinace by však proběhl průzkum mezi studenty za účelem zjištění jejich zájmu. Dopravu a následný program by zajišťoval studentský tým, stravné by si hradil student sám.

Doprava z letiště

Studenti by jistě ocenili, kdyby je přímo před příletovou halou čekalo vozidlo zajišťované studentským domem, které by je přepravilo do jejich zařízení. Bylo by však potřeba, aby domy nejprve zjistily, kdo z daných klientů by měl zájem o vyzvednutí z letiště. Následně by si měly domy ohlídat, kdy letadlo daného studenta přistává, aby bylo vozidlo přistaveno včas.

Půjčovna jízdních kol, kolečkových bruslí

Jelikož je cyklistika velmi oblíbeným sportem, a i kolečkové brusle jsou populární atrakcí napříč mnoha státy, bylo by příhodné, kdyby studentské domy zajišťovaly jejich výpůjčku. Navíc je téměř nemožné, aby si student dovezl vlastní jízdní kolo (vzhledem k náročnosti cesty). Součástí výbavy by byla samozřejmě i cyklistická přilba.

Část použité literatury

- Barčík, T. *Strategický marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Ústav práva a právní vědy, 2013. Právo - edice pro právo a management. ISBN 978-80-905247-7-4.
- Jakubíková, D. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- Kotler, P. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1545-2.
- Wagnerová, I. *Psychologie práce a organizace: nové poznatky*. Praha: Grada, 2011. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-3701-0.
- Zamazalová, M. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.