



ČVUT

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE

Student: Josef Blažek
Vedoucí: Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Akademický rok: 2017/2018

Pracoviště: Oddělení manažerských studií
České vysoké učení technické v Praze,
Masarykův ústav vyšších studií

PROCES ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY VE VYBRANÉM PODNIKU

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá řízením vztahů se zákazníky v kontextu online komunikace. Hlavní pozornost je věnována analýze současného stavu a seznámení s komunikačními prostředky, které zkoumaná společnost využívá k řízení vztahů se zákazníky. V teoretické části jsou popsány hlavní metody využívané při řízení vztahů se zákazníky a základní pojmy marketingu. Praktická část se zaměřuje na analýzu současného stavu komunikace se zákazníky ve společnosti, seznámení s komunikačními prostředky a návrhy na nové komunikační prostředky, které budou vedení společnosti předloženy.

Cílem je vytvoření doporučení a nových komunikačních prostředků, což by mělo mít za následek zvýšení kvality řízení vztahů se zákazníky.

ENGLISH SUMMARY

This Bachelor's thesis is focused on customer relationship management in the context of online communication. The main object is the analysis of the current situation and understanding the means of communication used by the surveyed company. The theoretical part describes the main methods used in customer relationship management and the basic concepts of marketing. The practical part is focused on the analysis of the current state of communication with the customers in the company, familiarization with the means of communication and proposals for new means of communication, which will be presented for the management of the company.

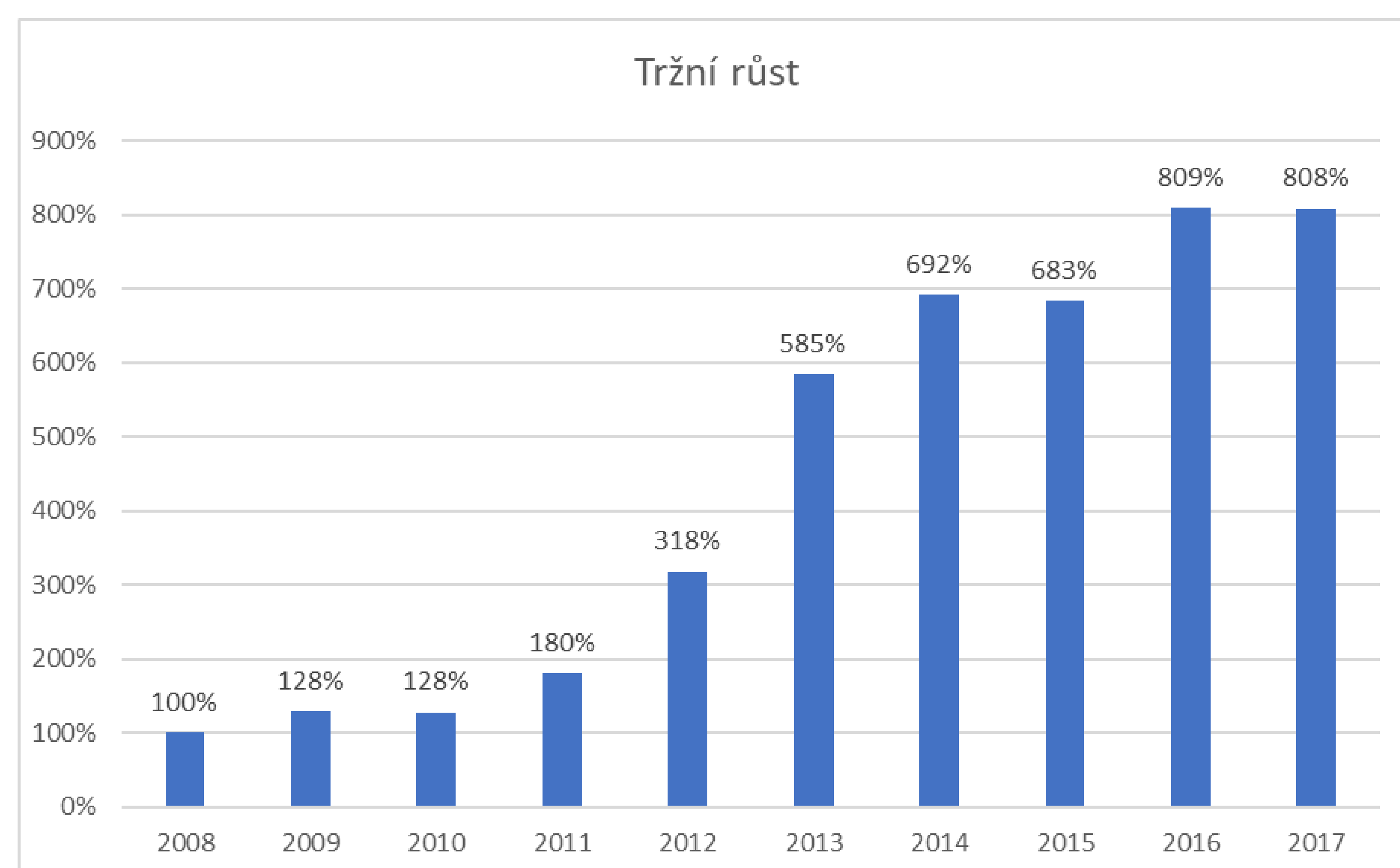
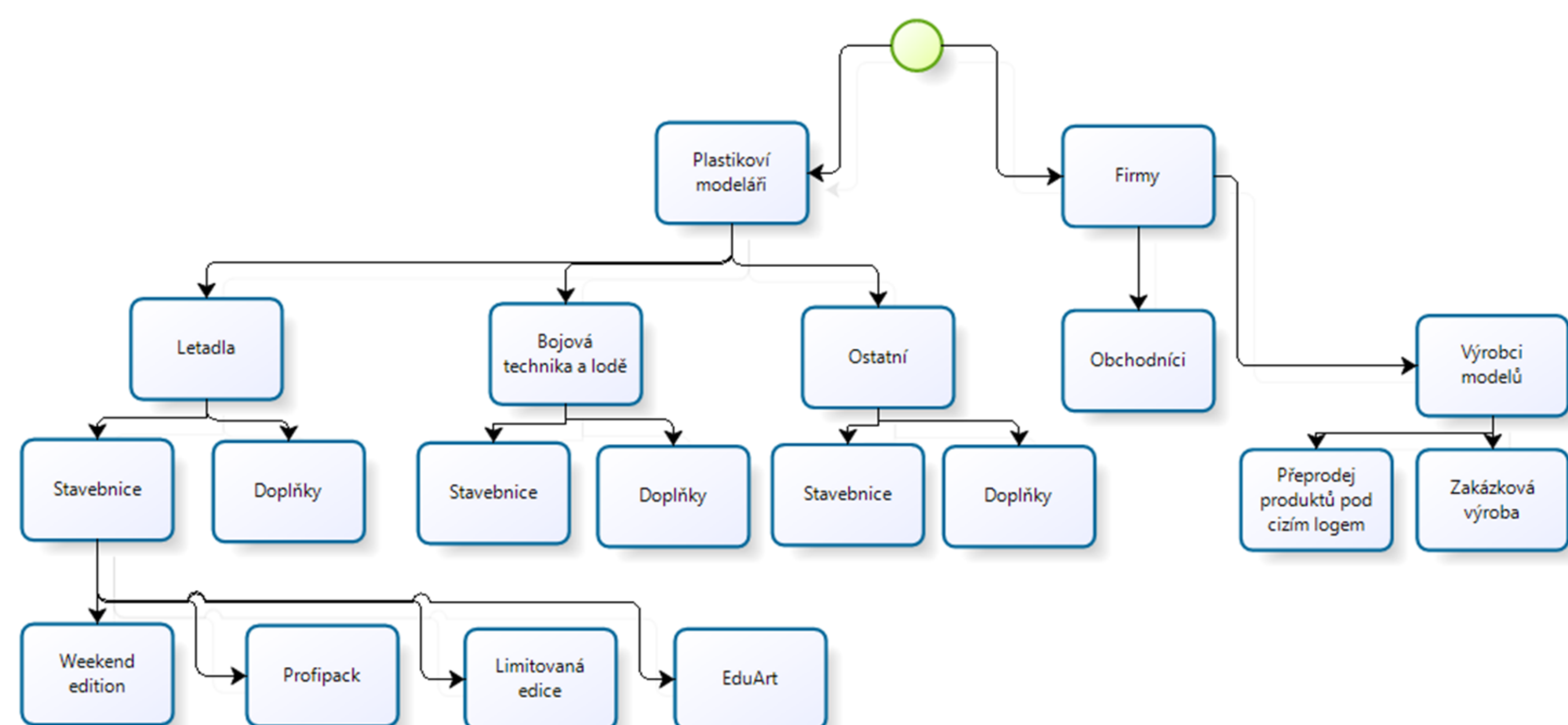
The objective of the thesis is to recommend new means of communication, which should result in an improved quality of customer relationship management.

Výsledky práce

Výsledky práce dokazují výrazný pokrok v budování vztahů se zákazníky a v oblíbenosti značky podložené několikanásobně vyšším tržním ^{rostem} a dalšími ekonomickými ukazateli. Je zřejmé, že práce marketingového oddělení výrazně přispěla k ekonomické prosperitě podniku a vytvořila tak lepší postavení společnosti vůči konkurenčním firmám.



Segmentace zákazníků



ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce byla analýza a zhodnocení současných vztahů se zákazníky v online prostředí ve firmě Eduard Model Accessories s.r.o. a návrh nových komunikačních prostředků, což se podařilo splnit.