



Využití metody Mystery Shopping ve vybrané společnosti

Application of the Mystery Shopping in Selected Company

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je pomocí metody Mystery Shopping zhodnotit kvalitu poskytovaných služeb ve vybrané společnosti. Identifikovat případné nedostatky a navrhnout opatření k jejich odstranění a zlepšení kvality poskytovaných služeb. Práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části je popsán marketingový výzkum obecně a část je věnována metodě Mystery Shopping. Praktická část obsahuje stanovení cíle výzkumu, metodiku a samotnou realizaci výzkumu. Následně jsou zpracována a vyhodnocena získaná data, zodpovězeny výzkumné otázky, včetně navržení řešení ke zlepšení.

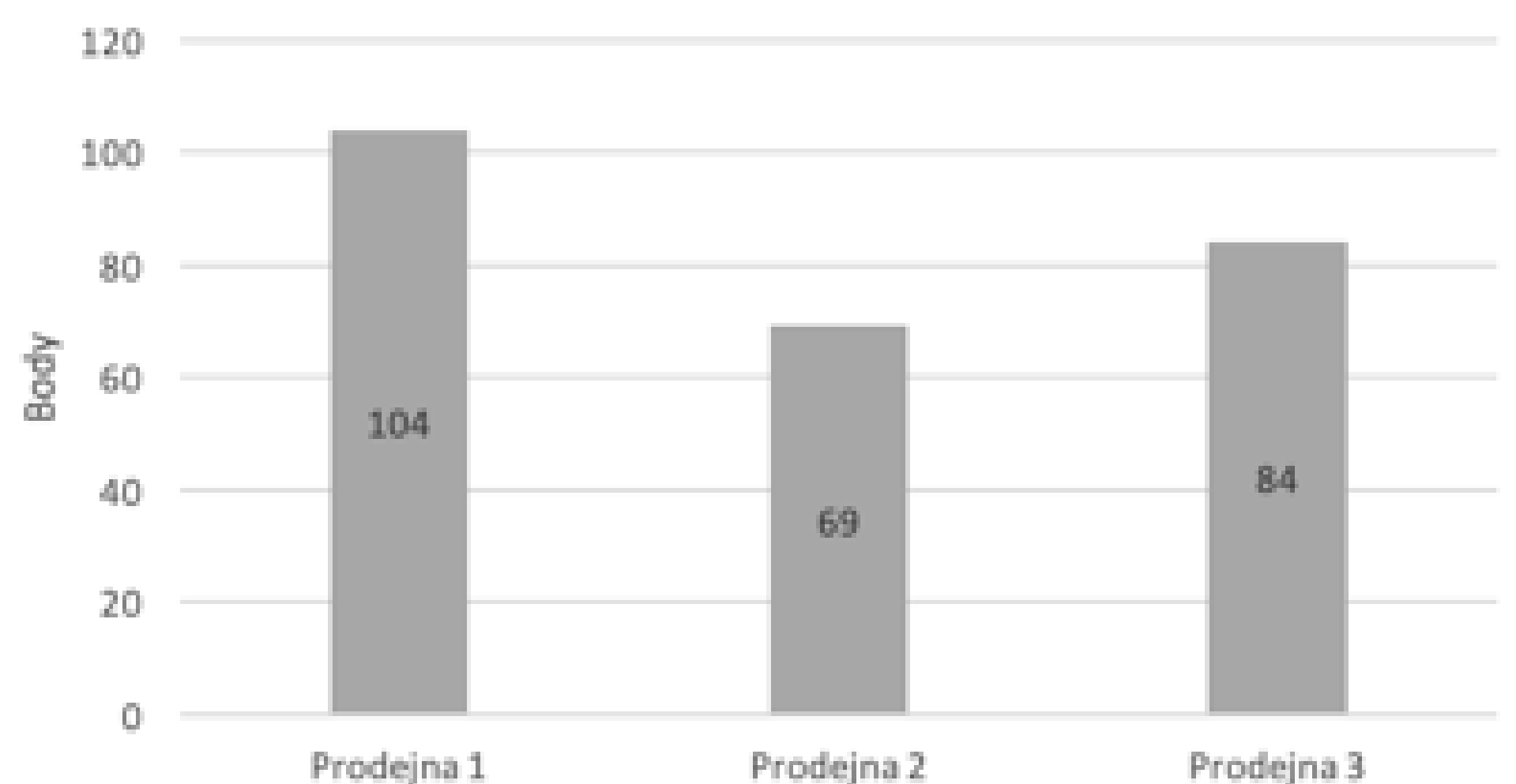
English summary

The aim of the bachelor thesis is to evaluate the quality of provided services in the selected company using the Mystery Shopping method. Identify any shortcomings and propose measures to eliminate them and improve the quality of services provided. The thesis is divided into two parts. The theoretical part describes marketing research in general and part is devoted to the Mystery Shopping method. The practical part contains the determination of research objectives, methodology and realization of research. Subsequently, the obtained data are processed and evaluated, research questions are answered, including solutions for improvement.

Metodika

Cíle bylo dosaženo využitím typů Mystery Shopping Email a Mystery Shopping Visit, které byly aplikovány ve třech pražských prodejnách. K zaznamenání získaných dat sloužil záznamový arch a před návštěvami provozoven byl vytvořen scénář. Ke sběru dat byla využita metoda pozorování a dotazování.

Počet získaných bodů jednotlivých prodejen



ZJIŠTĚNÍ ÚDAJŮ O ZÁKAZNÍKOVĚ	Prodejna 1	Prodejna 2	Prodejna 3
	BODY	BODY	BODY
Zjišťoval prodejní zástupce vaše jméno?	4/4	4/4	4/4
Zjišťoval prodejní zástupce vaše telefonní číslo?	4/4	4/4	0/4
Zjišťoval prodejní zástupce váš e-mail?	4/4	0/4	4/4

Hlavní návrhy na zlepšení:

- Zkvalitnění motivačního systému
- Zavést měsíční reporty
- Větší informovanost personálu
- Školení zaměstnanců
- Přijmutí brigádníka na pozici recepční

Literatura:

1. BURDA, Alexandr a Radmila DLUHOŠOVÁ a kol., 2011. Mystery Shopping: Prolegomena. Opava, 114 s. ISBN 978-80-7248-663-2.
2. KARLÍČEK, Miroslav a kolektiv, 2018. Základy marketingu. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 288 s. ISBN 978-80-247-5869-5.
3. KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ, 2011. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.