



DIPLOMOVÁ PRÁCE

NÁZEV: Návrh optimalizace měření spokojenosti zákazníků ve vybrané společnosti

Autor: Vít Litoš

Vedoucí práce: Ing. Petra Králová, PhD.

Akademický rok: 2019 - 2020

Abstract

The goal of the diploma thesis is to propose of recommendations to improve the existing system of measuring customer satisfaction in a selected company. The text itself and the conclusions of the research are supported by both relevant international and domestic research and by direct consultations with employees of the analyzed company. The author of the diploma thesis complements the research with his own experience gained through a project project work within a long-term employment in the company.

Abstrakt

Cílem diplomové práce je navrhnout doporučení pro zlepšení stávajícího systému měření zákaznické spokojenosti ve vybrané společnosti. Samotný text a závěry práce jsou zpracovány na základě relevantní zahraniční a tuzemské odborné literatury a přímých konzultací s pracovníky analyzované společnosti. Autor závěrečné práce doplňuje o kvantitativní výzkum a o vlastní zkušenosti a navazuje tak na projektovou práci v rámci dlouhodobého zaměstnaneckého úvazku ve společnosti.

Výstupy z realizovaného výzkumu vybrané společnosti

Základním nedostatkem stávajícího stavu měření je, že společnosti unikají informace o spokojenosti offline zákazníků na kamenných prodejnách, protože společnost měří pouze proces s vyřízením objednávky a to jen u online zákazníků. Měření zákaznické spokojenosti by přineslo větší náhled do zásadních informací o procesech spojených s nabídkou zboží a služeb a s obsluhou zákazníků přímo na kamenné prodejně. Dále společnost neměří a neptá se na zákaznickou spokojenost s reklamacemi, s obslužením na zákaznickém centru a spokojenost s produktem jako takovým, protože není pokrytý celý zákaznický cyklus. Měření těchto míst by však společnosti pomohlo k eliminaci chyb, k zefektivnění procesů a s tím spojeným budování brandu a stát se specialistou na zákaznické cestě.

Návrhy na doporučení měření zákaznické spokojenosti

Měření zákaznické spokojenosti na prodejnách (NPS)

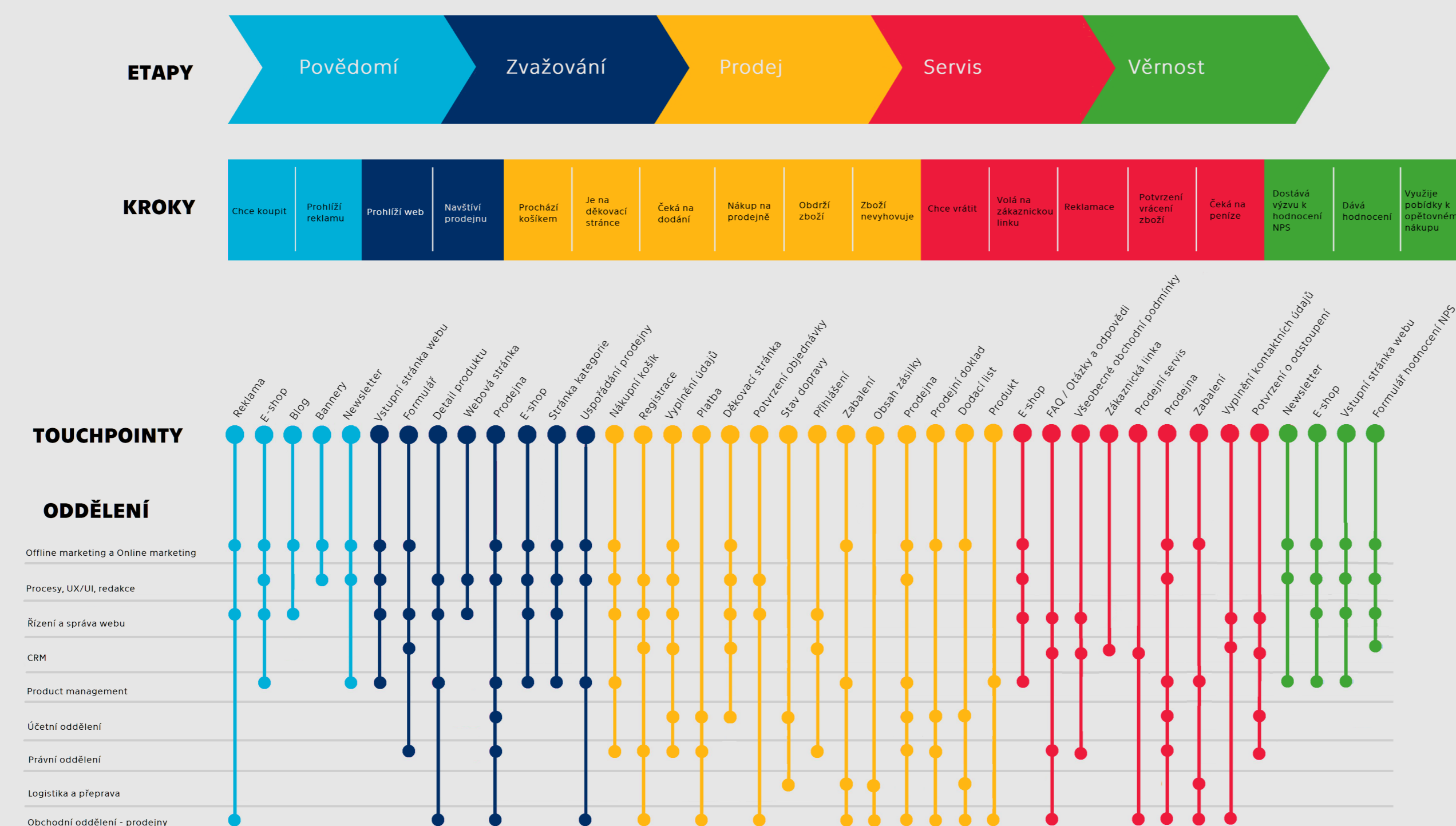
Umožní hodnotit procesy čistě a jenom na prodejnách, kam nebudou vstupovat žádné jiné faktory. Dotazník NPS by se odesílal všem registrovaným zákazníkům na prodejně ve znění: „Doporučili byste společnost svým přátelům a známým na základě zkušeností na prodejně?“, doplněn o dobrovolný komentář: „Napište prosím, jaká byla Vaše zkušenost s procesem nákupu a personálem na prodejně společnosti“

Měření spokojenosti na zákaznickém centru (CES)

Toto měření by se provádělo automatickou SMS zprávou po ukončení hovoru. Text zprávy by nesl: „Jak snadné nás bylo kontaktovat a vyřešit problém?“ a pomocí odpovědi by na škále 1-7 udělil hodnocení.

Měření spokojenosti s produktem (CLI)

Otázky by se odesílaly formou e-mailu v následujícím znění:
 Jak je pravděpodobné, že výrobek doporučíte přátelům a rodině?
 Jak je pravděpodobné, že u společnosti nakoupíte v budoucnu?
 Jak je pravděpodobné, že vyzkoušíte naše další produkty nebo služby?



Literatura:

CHLEBOVSKÝ, Vít, 2017. Management zákaznických řešení: jak efektivně tvořit a spravovat individualizované řešení zákaznických potřeb. Praha: Grada. 124 s. ISBN 978-80-271-0559-5

KARLÍČEK, Miroslav, 2018. Základy marketingu. Praha: Grada. 285 s. ISBN 978-80-247-5869-5

RAWSON, Alex, DUNCAN, Ewan, JONES, Conor, 2013. The Truth About Customer Experience. In: Harvard Business Review – Ideas and Advice for Leaders [online]. 2020 [cit. 2020-03-29] Dostupné z: <https://hbr.org/2013/09/the-truth-about-customer-experience>

REICHHELD, Frederick, 2003. The One Number You Need to Grow. In: Harvard Business Review – Ideas and Advice for Leaders [online]. 2020 [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>