

Marketingový výzkum metodou Mystery Shopping

ČVUT

Autorka práce: LUCIE NGUYENOVÁ
Vedoucí práce: PhDr. LENKA EMROVÁ
Akademický rok: 2017/2018
Pracoviště: Masarykův ústav vyšších studií ČVUT
Studijní obor: Personální management v průmyslových podnicích



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá mystery shoppingem, což je jedna z metod marketingového výzkumu. Teoretická část obsahuje popis metody mystery shopping a jsou zde charakterizovány i související pojmy z oblasti marketingu a marketingového výzkumu. Praktická část je zaměřená na provedení konkrétního mystery shoppingu v minigolfových provozovnách s cílem analyzovat a vyhodnotit získané výsledky. Výsledky budou sloužit pro vyhotovení doporučení pro zlepšení a návrhů možných řešení nedostatků.



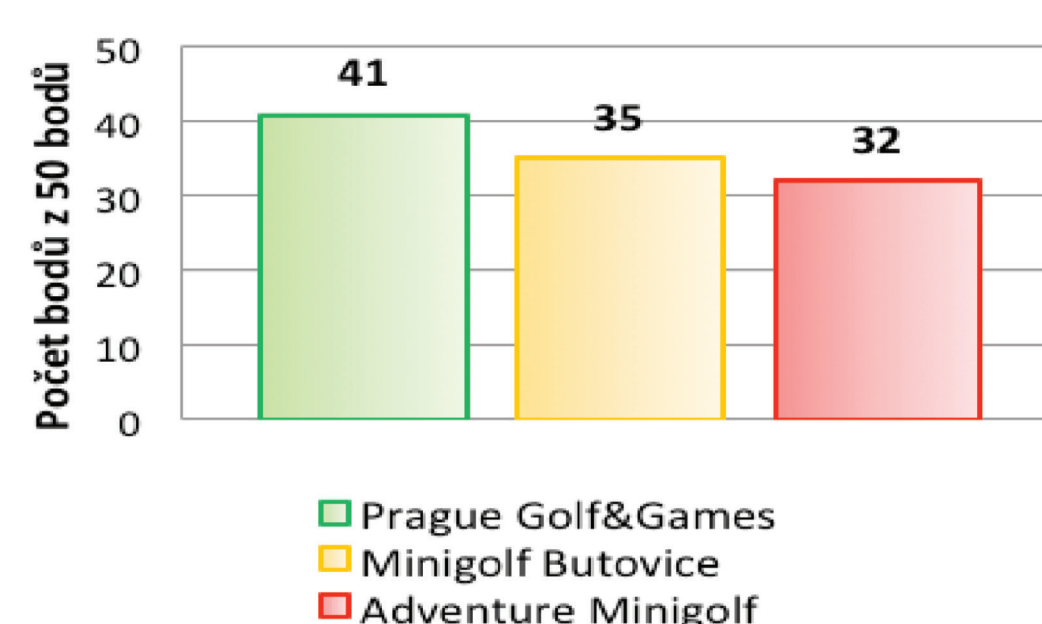
ENGLISH SUMMARY

The bachelor thesis deals with mystery shopping, which is one of the methods of marketing research. The theoretical part contains a description of the mystery shopping method and there are also related terms from the field of marketing and marketing research. The practical part is focused on the implementation of a particular mystery shopping in minigolf facilities in order to analyze and evaluate obtained results. The results will be used to make recommendations for improvements and suggestions for possible solutions to deficiencies.

CÍL

Cílem výzkumu bude analyzování a porovnání jednotlivých poboček minigolfových hřišť v Praze. Bude je porovnávat mezi sebou a také je vyhodnotím na základě provedeného mystery shoppingu a navrhnu různé možnosti a doporučení pro zlepšení těchto jednotlivých podniků. Obsahem analýzy a vyhodnocení bude především kvalita poskytovaných služeb, pro-zákaznický přístup obsluhy minigolfových hřišť a jejich cenová dostupnost. Konkrétním cílem výzkumu pomocí mystery shoppingu je zjistit, na jaké pozici na trhu stojí v oblasti poskytování minigolfových služeb Minigolf Butovice z pohledu zákaznického servisu, ceny a nabídky služeb oproti konkurenci.

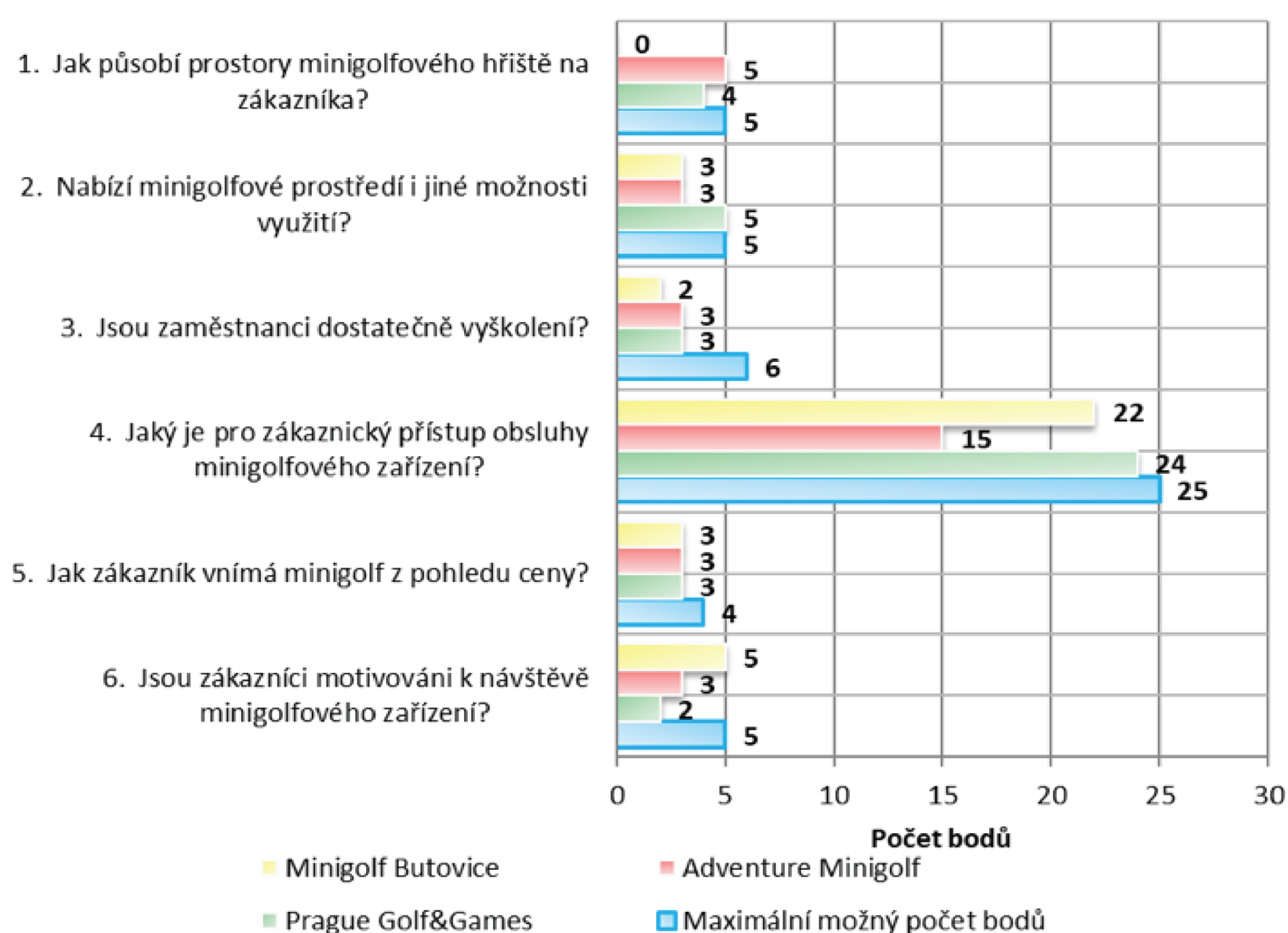
Celkový počet bodů



VYHODNOCENÍ

- Na Minigolfu Butovice jsem se v roli mystery shoppera setkala s neudržovanými prostory, drahými, herním náčiním.
- Ze všech zkoumaných minigolfů v oblasti prostoru disponuje největšími nedostatky, čemuž nasvědčuje nula získaných bodů.
- Jako velmi důležité opatření pro zlepšení celkového dojmu bych také doporučila přeškolení zaměstnanců v oblasti komunikace se zákazníky a nabízení doplňkových služeb.
- Po tomto školení bych očekávala větší pro aktivní přístup zaměstnanců a s tím související ochotu o zákazníky.
- Dále bych také navrhla pro zlepšení stávající situace proškolení o údržbě minigolfového hřiště a součástí by bylo zavedení týdenního harmonogramu činností, které jsou potřeba pravidelně realizovat.

Počet bodů ve zkoumaných oblastech mystery shoppingu



Běžné světlo

UV světlo

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo realizovat marketingový výzkum s využitím metody mystery shopping. Výzkum byl proveden za účelem zjištění kvality a rozmanitosti služeb Minigolfu Butovice, výstupu obsluhy a vzhledu a stavu minigolfových prostor oproti konkurenčním podnikům. V závěrečné fázi mystery shoppingu jsem sečetla počet bodů získaných v jednotlivých oblastech výzkumu a následně jsem sečetla i celkový počet bodů, z čehož mi vyšel jako nejlépe hodnocený minigolfový podnik Prague Golf&Games sídlící přímo v srdci Prahy. Zásahu na tomto vysokém bodovém ohodnocení mělo především vystupování obsluhy a její ochota o zákazníka. Naopak nejhorší možností pro návštěvu minigolfu je Adventure Minigolf.