



# Mystery Shopping



# Marketingový výzkum Mystery shopping

Karolína Vaňková

České vysoké učení technické v Praze

Masarykův ústav vyšších studií

Vedoucí práce: Ing. Radka Johnová Ph.D.

Praha, 2018

Utajený, fiktivní, či testovací nákup. Jedná se o kvalitativní metodu, zaměřenou především na hodnocení kvality a úrovně poskytovaných služeb.



## Abstrakt

Cílem bakalářské práce je seznámení s marketingovým výzkumem a především s konkrétní výzkumnou metodou, která nese název Mystery shopping. Dalším účelem je zhodnocení kvality poskytovaných služeb ve vybraných restauracích- pobočkách, které spadají pod jeden koncept. Teoretická část obsahuje charakteristiky, metody sběru dat, proces výzkumu či jednotlivé fáze MS. V praktické části se nachází plán celého výzkumu, vyhodnocení získaných dat a v závěru jsou navržena doporučení pro zamezení zjištěných nedostatků.

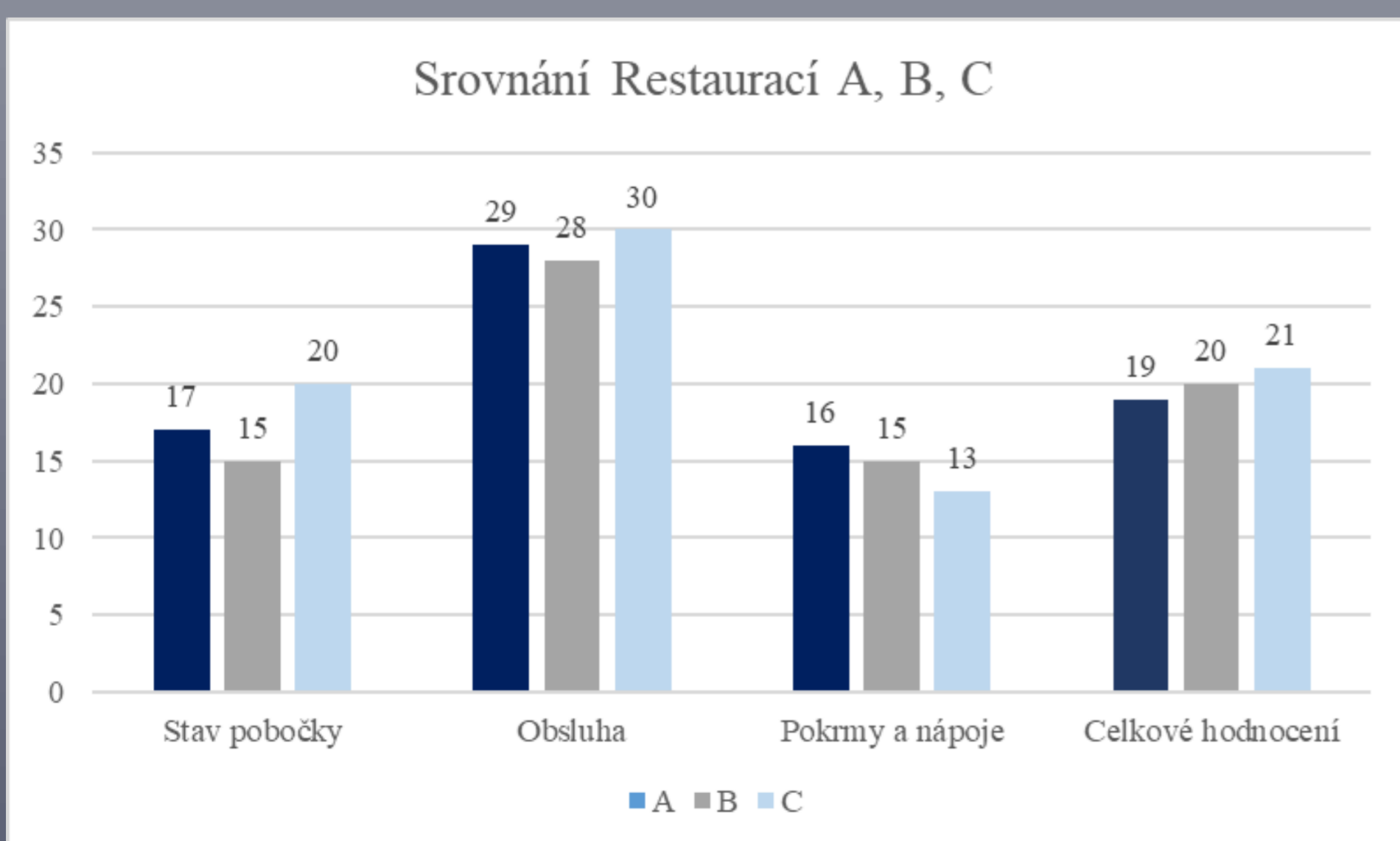
## Abstract

The goal of this thesis is the explanation of marketing research, mainly the specific marketing method called Mystery shopping. Another purpose is to evaluate the quality of services in selected restaurants, which belongs to one concept. The theoretical part contains characteristics, data collection methods, research process and mystery shopping phases. In the practical part are whole research plan, data evaluation and finally recommendations to avoid identified problems.

## Společnost

Koncept luxusnějších restaurací v Praze  
Postupné otevírání dalších poboček  
Výzkum ve třech pobočkách- Restaurace A, B, C

## Výsledky výzkumu



Graf zobrazuje srovnání jednotlivých poboček, konkrétně znázorňuje dosažený počet bodů z jednotlivých hodnocených okruhů- Stav pobočky, Obsluha, Pokrmy a nápoje a Celkové hodnocení.

Níže je vidět celkový počet bodů, kterých dosáhly jednotlivé restaurace. Dále se zde nachází maximální bodové ohodnocení, kterého šlo dosáhnout.

