



MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ ČVUT V PRAZE

Bakalářská práce

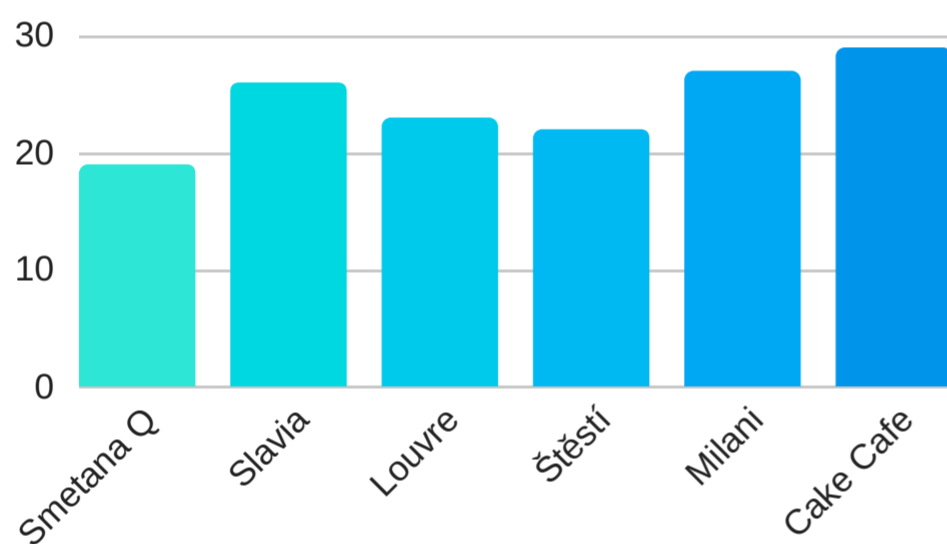
Mystery shopping pražských kaváren

Cíl práce

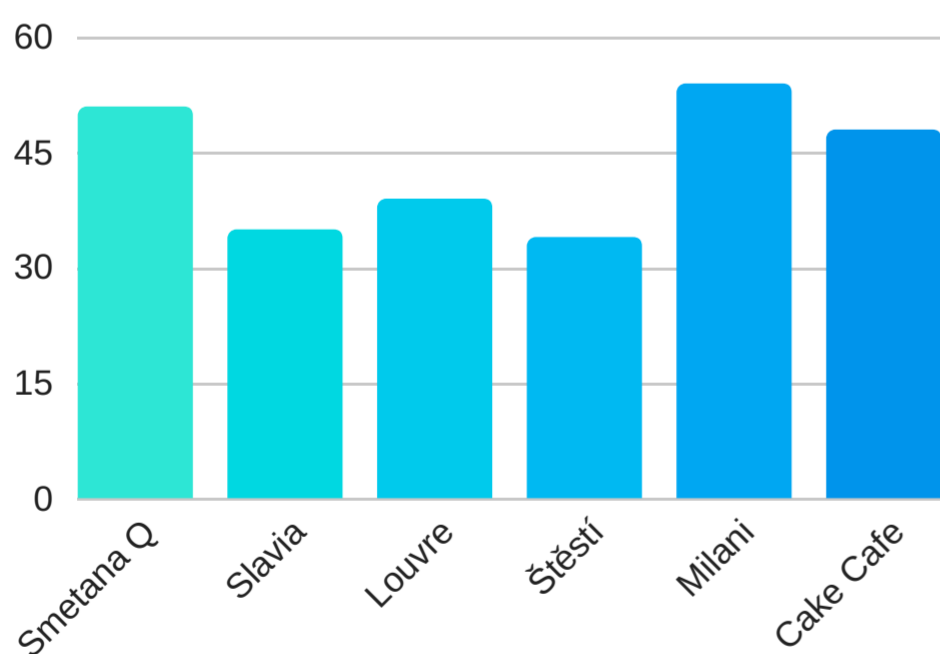
Cílem práce je aplikovat mystery shopping mezi kavárnami Smetana Q, Slavia, Louvre, Štěstí, Milani, Cake Cafe a dosáhnout tak optimálního zhodnocení jednotlivých prvků, které povedou k úspěšnému vedení podniku.

Výsledky mystery shoppingu

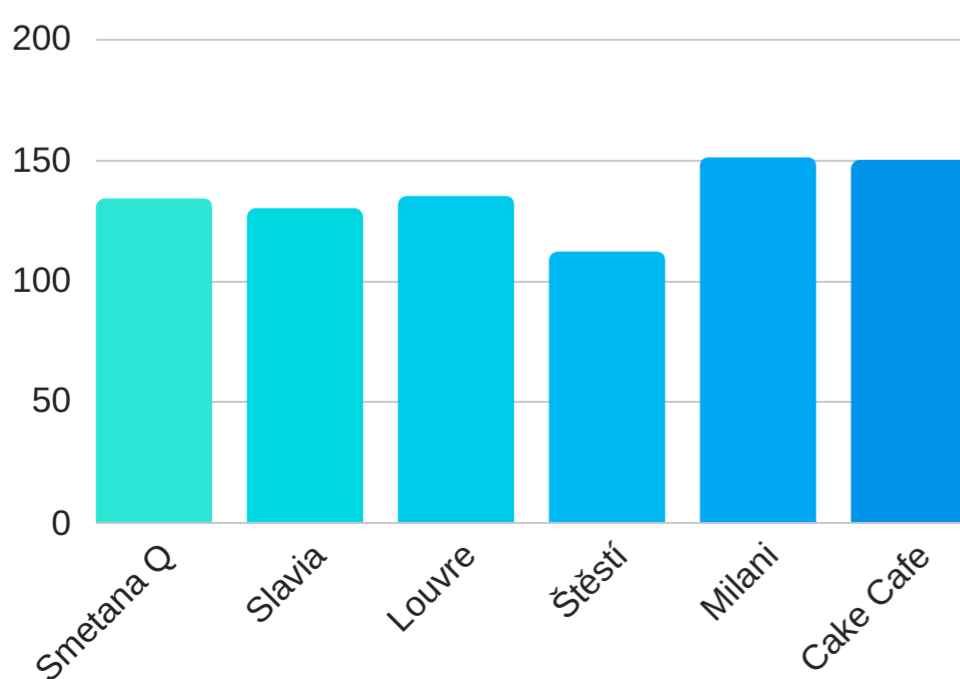
První dojem



Objednávka



Celkové hodnocení



Autor: Patrick Vacínek

Obor: Řízení a ekonomika průmyslových podniků

Vedoucí práce: Ing. Štěpánka Frýbová Uličná PhD.

Akademický rok: 2017/2018

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá zhodnocením vybraných pražských kaváren na Praze 1 pomocí metody mystery shoppingu. Pro tuto práci bylo vybráno 6 různých kaváren, které se svým konceptem podobají podniku My Bistro & Café, pro který bude výsledek hodnocení nástrojem zkvalitnění služeb. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se blíže specifikují informace o kávě a její přípravě, marketingovém výzkumu a metodě mystery shopping. V druhé části práce se hodnotí samotný výzkum a následně se výsledky interpretují pro možná doporučení. Z výzkumu plyne, že pro zákazníka je důležitý především první dojem a celkový přístup zaměstnanců, který je pro hosta významným faktorem ovlivňujícím spokojenost z návštěvy.

Abstract

The bachelor thesis deals with the evaluation of selected Prague cafes in Prague 1 with mystery shopping method. For this work were selected 6 different cafes with the concept similar to My Bistro & Café, for which the outcome of the evaluation will be a tool for the improvement of service quality. The thesis is divided into the theoretical and practical part. In theoretical part is closely specified the information about coffee and its preparation, marketing research and mystery shopping method. The second part of thesis evaluates the research and then the results are interpreted for possible improvements. The research shows that the first impression and overall approach of employees are important for customers, which is the major factor influencing guests satisfaction.

Závěr

Je potřeba vytvořit dobrý první dojem, proto musí vždy zůstat v blízkosti vchodu obsluha, aby se mohla hostům ihned věnovat. U kávy je nutné dodržovat předepsané hodnoty a postupy. Pokud chceme podávat kvalitní kávu, musí se projít potřebnými školeními, aby se eliminovaly nedostatky ve znalostech. Úspěch je především o lidech a jejich spolehlivosti a chuti pracovat. Pokud je kvalitní a poctivý, můžou se řešit jen technická vylepšení, ale zákazník bude odcházet spokojený a s pocitem, že o něj bylo dobře postaráno.

