

Využití metody Mystery Shopping v průmyslovém podniku Using the Mystery Shopping Method in Industrial Company



ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá jednou z metod marketingového výzkumu zvanou Mystery Shopping. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické.

Teoretická část pojednává o marketingovém výzkumu, jeho metodách, technikách, organizaci, etice a nakonec je zaměřena na Mystery Shopping, na jeho historii, techniky, fáze a etiku. Praktická část je zaměřena na využití metody Mystery Shopping v praxi, v průmyslovém podniku provozující síť čerpacích stanic na českém trhu. Obsahuje cíl výzkumu s výzkumnými otázkami, metodiku a samotnou realizaci výzkumu. Cílem bakalářské práce je zhodnotit kvalitu jimi poskytovaných služeb zákazníkům a na základě výsledků výzkumu stanovit doporučení a návrhy pro zlepšení.

METODIKA A CÍL VÝZKUMU

Cílem praktické části bakalářské práce je zhodnotit kvalitu poskytovaných služeb pomocí metody Mystery Shopping u vybraných čerpacích stanic průmyslového podniku. Na základě výsledků poté stanovení doporučení a návrhů na zlepšení.

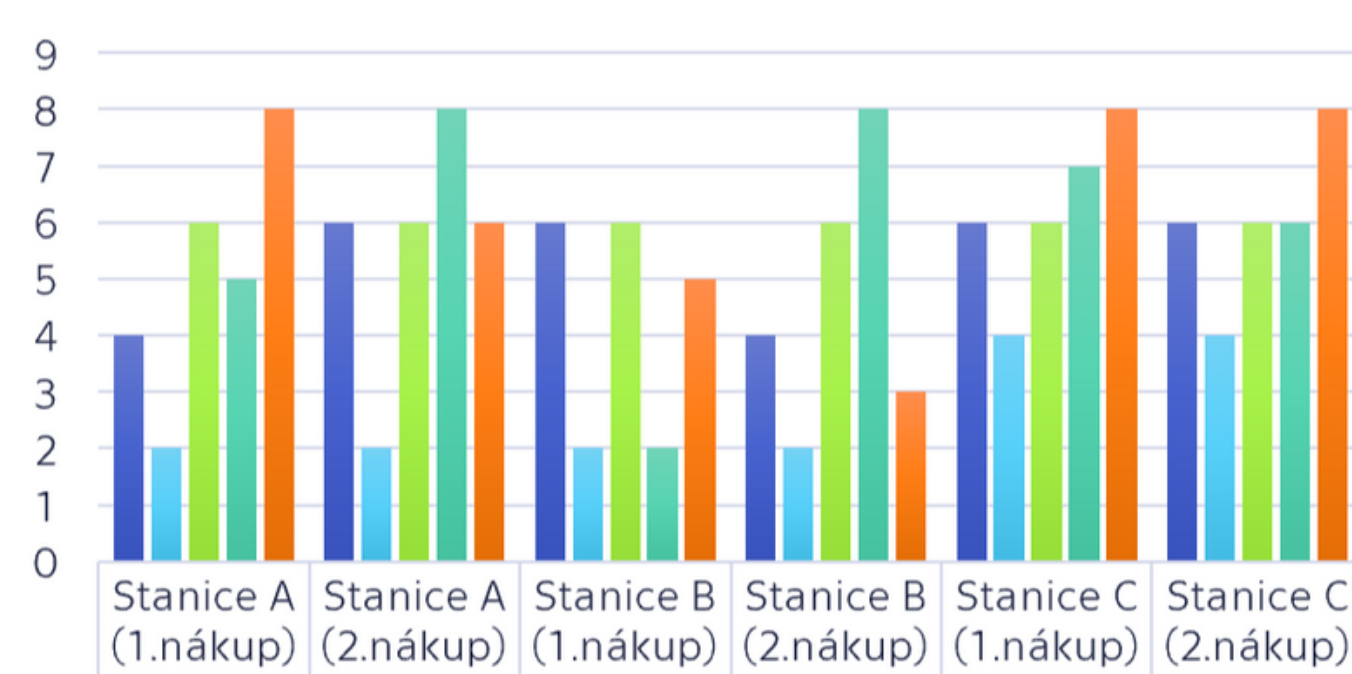
Cíle bylo dosaženo provedením kontrolního nákupu, Mystery Shopping, na vybraných čerpacích stanicích. Před realizací byl sestaven časový harmonogram, záznamový arch a scénář. Díky stejnému průběhu nákupu bylo možné výsledky stanic mezi sebou porovnat. Zpracované výsledky se staly podkladem pro návrhy a doporučení ke zlepšení a odstranění nedostatků.

ENGLISH SUMMARY

The Bachelor thesis is focused on one of the methods of marketing research named Mystery Shopping. It is divided into two parts, theoretical and practical.

The theoretical part is about marketing research, its methods, techniques, organization, ethics and finally it focuses on Mystery Shopping, its history, techniques, phases and ethics. The practical part is focused on the using of the Mystery Shopping method in practice, in an industrial company operating a network of petrol stations on the Czech market. It contains aim of research with research questions, methodology and realization of research itself. The aim of this bachelor thesis is to evaluate the quality of services provided to customers and to set recommendations and suggestions for improvement based on research results.

Hodnocení výkonu pracovníka



| | Stanice A (1.nákup) | Stanice A (2.nákup) | Stanice B (1.nákup) | Stanice B (2.nákup) | Stanice C (1.nákup) | Stanice C (2.nákup) |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ■ Přivítání max. 6b | 4 | 6 | 6 | 4 | 6 | 6 |
| ■ Navázání kontaktu max. 4b | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| ■ Připravenost max. 6b | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| ■ Komunikace a prodej max. 10b | 5 | 8 | 2 | 8 | 7 | 6 |
| ■ Rozloučení max. 8b | 8 | 6 | 5 | 3 | 8 | 8 |

VÝZKUMNÉ OTÁZKY

- 1.) Jaké faktory mají vliv na zákaznickou spokojenost?
- 2.) Jaká je úroveň komunikace a schopnosti prodeje pracovníků ve vztahu k zákazníkům?
- 3.) Jaké služby jsou zákazníkům poskytovány?
- 4.) Jaká je vnější a vnitřní úprava čerpací stanice?

NÁVRHY A DOPORUČENÍ

- školení a motivace pracovníků
- častější realizace Mystery Shoppingu
- okamžité upozornění na nedostatky
- digitalizace cenovek
- změna dodavatelů
- rozšíření nabídky občerstvení
- nadace
- boj s plasty

| | Stanice A | Stanice B | Stanice C |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| 1. návštěva | 87 % | 59 % | 89 % |
| 2. návštěva | 75 % | 70 % | 93 % |
| Průměrný výsledek z obou návštěv | 81 % | 64,5 % | 91 % |

LITERATURA

1. BURDA, Alexandr a Radmila DLUHOŠOVÁ. Mystery shopping: prolegomena. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Ústav lázeňství gastronomie a turismu, 2011. ISBN 978-80-7248-663-2.
2. FORET, Miroslav a Jana STÁVKOVÁ. Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky. Praha: Grada, 2003, 160 s. ISBN 80-247-0385-8.
3. KOZEL, Roman. Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. Praha: Grada, 2006, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.