

Marketingový výzkum kvality služeb vybrané společnosti pomocí metody Mystery Shopping

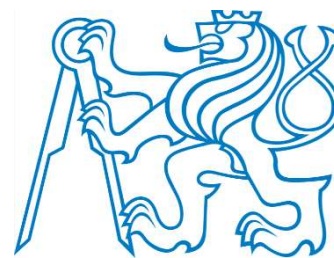
Autor práce: Lucie Tomášková

Studijní obor: Řízení a ekonomika průmyslového podniku

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze

Akademický rok: 2019/2020



ABSTRAKT

Cílem bakalářské práce je provedení marketingového výzkumu pomocí metody Mystery Shopping a vyhodnocení kvality nabízených služeb a přístup zaměstnanců ve vybraných bankovních institucích. Přínosem bakalářské práce je zhodnocení služeb na 9 pobočkách vybraných bank pomocí 18 výzkumných rozhovorů. Na základě získaných a zpracovaných dat z výzkumu bude předložen možný návrh na zlepšení pro jednotlivé banky. Teoretická část je zaměřena na kapitoly týkající se marketingového výzkumu a Mystery Shoppingu. Praktická část je věnována představení jednotlivých bankovních institucí a jejich postavení na trhu. V této části jsou stanoveny cíle výzkumu a jeho parametry. Dále je zde předepsán scénář a záznamový arch, což je podkladem k realizaci výzkumu. Výsledky jsou zaznamenány pomocí tabulek a grafů. Získané informace o nabízených produktech a službách, a vystupování pracovníků poboček jsou porovnány a zpracovány. Na základě zpracovaných výsledků jsou poskytnuta doporučení ke zlepšení.

ABSTRACT

The aim of this bachelor's thesis is to conduct marketing research using the Mystery Shopping method and evaluate the quality of services offered and the approach of employees in selected banking institutions. The benefit of the bachelor's thesis is the evaluation of services at 9 branches of selected banks using 18 research interviews. Based on the data obtained and processed from the research, a possible proposal for improvement for individual banks will be presented. The theoretical part is focused on chapters related to marketing research and Mystery Shopping. The practical part is devoted to the introduction of individual banking institutions and their position in the market. This part sets out the goals of the research and its parameters. Furthermore, a scenario and a record sheet are prescribed here, which is the basis for the implementation of the research. The results are recorded using tables and graphs. The information obtained about the offered products and services, and the performance of branch employees are compared and processed. Based on the processed results, recommendations for improvement are provided.

METODOLOGIE

Marketingový výzkum, který se prováděl formou Mystery Shoppingu zkoumal a vyhodnocoval kvalitu nabízených služeb a přístup zaměstnanců ve vybraných bankovních institucích, za které byly zvoleny Česká spořitelna, UniCredit Bank a Banka CREDITAS. Výzkum probíhal v červenci v roce 2020 pomocí dvou výzkumníků. Návštěvy jednotlivých bankovních institucí byly uskutečňovány vždy v druhé polovině týdne v odpoledních hodinách, aby byly výsledky co nejvíce ekvivalentní. Za oba výzkumníky proběhlo celkem 18 návštěv ve třech českých městech (hl. m. Praha, Olomouc, Šumperk). Zkoumanou problematikou byla nabídka účtů pro studenty, kteří často cestují a zvažují odjet na ERASMUS.

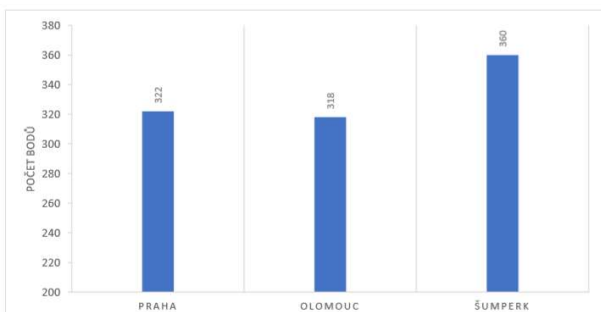
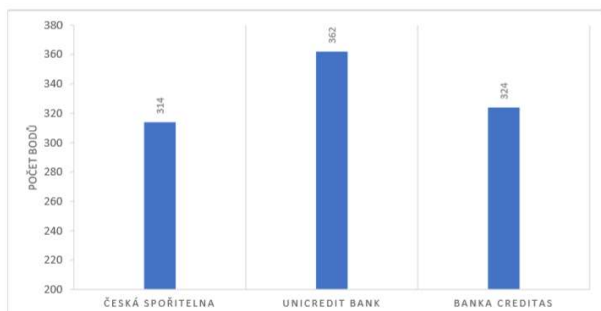
ZKOUMANÁ KRITÉRIA

- Zázemí banky a doba čekání
- Proškolení bankovních poradců a znalost nabídky
- Výhodnost nabídky

Seřazení	Parametry
1.	Měsíční poplatek za vedení běžného účtu
2.	Cena poplatků za výběry z vlastních bankomatů
3.	Bezplatné internetového bankovníctví
4.	Možnost mobilního bankovníctví
5.	Cena poplatků za výběry z cizích bankomatů
6.	Výběry v zahraničí
7.	Možnost zřízení cestovního pojištění
8.	Vedení běžného účtu v cizí měně
9.	Cena cestovního pojištění

Tabulka 3 Seřazení parametrů bankovních účtů (zdroj: vlastní zpracování)

CELKOVÉ VYHODNOCENÍ BANK A POBOČEK



ZÁVĚR

Jednotlivé banky jsou na různých úrovních ve všech zkoumaných hlediscích. Bankovní instituce se od sebe odlišují, jak v nabídce produktů a služeb, tak i v úrovni profesionality zaměstnanců.

Nejhůře hodnocenou bankou ve výzkumu byla Česká spořitelna, která svým portfoliem nebyla pro studenta atraktivní a byl zde nedostatečně vyškolený personál. Bankou, která ve výzkumu dosáhla nejlepšího hodnocení se stala UniCredit Bank, která splňovala všechny stanovené požadavky a měla klientsky nepřívětivější personál. Banka CREDITAS disponovala vyškoleným personálem, ale nabízela pouze základní nabídku produktů, mezi kterými nebyla možnost si zřídit studentský účet.

 UniCredit Bank

 BANKA CREDITAS

 ČESKÁ SPOŘITELNA