

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Vojtěch Sedláček  
Číslo studenta: E18331  
Název bakalářské práce: Aktuální trendy v řízení vztahů se zákazníky  
Cíl práce: Cílem práce je zmapovat současné trendy v CRM, provést zhodnocení principů a metod této činnosti a stanovit doporučení pro zvýšení zákaznické loajality.  
Vedoucí práce: Ing. Martin Mlázovský  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Akademický rok: 2020/2021

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Ostatní připomínky k práci

Práce je zaměřena na problematiku řízení vztahů se zákazníky, a to zejména na možnosti využití podnikových CRM systémů, big dat a sociálních sítí v podniku Lohmann & Rauscher. Mimo tyto nástroje zde autor charakterizuje podstatu loajality, potřeb a hodnot pro různé zákaznické segmenty. Následně se již autor věnuje konkrétně aktuálním trendům, které spojuje především s online prostředím, včetně problematiky ochrany osobních údajů. V praktické části autor na základě interních materiálů a nestrukturovaných rozhovorů systematicky analyzoval řízení vztahů se zákazníky vybrané společnosti a identifikoval významné body v celém procesu s ohledem na evidenci ve vnitropodnikovém CRM systému. V této souvislosti lze ocenit možnost přístupu autora k vnitropodnikovému CRM systému a uvedení praktického reportu s charakteristikou zákaznických segmentů využívaných v podniku. V poslední části se autor zaměřuje primárně na sociální síť, kde provedl i analýzu komunikace a porovnání s nejdůležitějšími konkurenty vybraného podniku. Na základě těchto analýz autor stanovil doporučení. Autor pracoval samostatně a reagoval na připomínky vedoucího práce.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a celkově byla vykázána nulová shoda, práce není plagiát.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. V kapitole 3.3 se zabýváte PR, avšak pouze v návaznosti na B2C trh, do jaké míry jsou významné vztahy s veřejností pro české zákazníky na B2B trhu při navazování obchodních kontaktů?
2. V rámci doporučení uvádíte, že podnik již nyní pořádá různé neformální eventy a školicí semináře pro své klienty, o jaký konkrétní typ eventů navrhujete tyto aktivity rozšířit?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 17.5.2021

Podpis .....