

Abstrakt

- Název:** Typologie zákazníků českých sázkových kanceláří
- Cíle:** Hlavním cílem tohoto výzkumu je vytvoření typologie současných zákazníků českých sázkových kanceláří.
- Metody:** Pro získání výsledků byl proveden marketingový kvantitativní výzkum pomocí elektronického i osobního dotazování. Základní soubor byl tvořen všemi sázejícími v České republice a výběrový soubor 210 respondenty. Ti byli zastoupení jak zákazníky, kteří sází online prostřednictvím počítače, přes aplikaci, tak i těmi z kamenných poboček. Sběr dat trval po dobu dvou týdnů.
- Výsledky:** Výsledky setření jsou uvedeny v kapitole analytická část. Jsou zdrojem pro syntetickou část, ve které pomocí matematicko- popisných metod byli zákazníci sázkových kanceláří rozdělení do tří typů a stručně popsány jako Počítač, Aplikace a Kancelář.
- Klíčová slova:** Typologie, zákazník, segmentace, sázkové kanceláře, sázky, loterie, marketing, marketingový výzkum.