

Abstrakt

Název: Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků FITcentra Chrudim

Cíle: Bakalářská práce „Marketingový výzkum spokojenosti zákazníků FITcentra Chrudim“ je ve své konečné podobě velmi důležitým zdrojem informací, rozšiřující marketingový informační systém managementu středně velkého fitness centra v Chrudimi.

Cílem práce bylo zjistit spokojenost zákazníků s produkty v závislosti na jejich prvotním očekávání. Získané názory, připomínky a kritiky na poskytované služby nám pomohly ke zhodnocení stavu sportovní organizace, na jejímž základě byl předložen návrh na možné zlepšení.

Metody: Práce vychází z teoretických poznatků souvisejících s daným tématem. Pro zjišťování spokojenosti byl použit marketingový výzkum založený na metodě dotazníkového šetření. Výsledky jednotlivých otázek dotazníku jsou zachyceny v grafech. Na základě jejich interpretace byl ohodnocen stav a provoz zkoumané organizace.

Pro získání informací o provozu FITcentra Chrudim byl proveden polostrukturovaný rozhovor s majitelem.

Výsledky: Marketingový výzkum je jedinečným zdrojem informací, který doposud v organizaci chyběl, a proto vedení fitness centra ztrácelo přehled o skutečných požadavcích a přáních svých současných, ale i potenciálních zákazníků.

Klíčová slova: sportovní marketing, sportovní služby, marketingový mix služeb, spokojenost zákazníka, marketingový výzkum