

Abstrakt

Název: Péče o klientelu Harmony Wellness klubu

Cíle: Cílem bakalářské práce bylo získat názory klientů na fungování daného sportovního centra. Na základě těchto názorů dodat podklady pro vedení klubu, k přesnějšimu ztotožnění managementu s vnímáním a názory klientů. Závěrečným cílem bylo vypracovat podněty, které by na základě analýzy mohly pomoci zdokonalit poskytované služby a zvýšit hodnotu klubového členství.

Metody: V této bakalářské práci byla použita metoda písemného dotazování formou tištěných dotazníků a osobního dotazování. Dotazník byl navrhnut tak, aby pomohl nastínit vnímání klubu očima zákazníka, zjistit silné a slabé stránky zařízení z provozní i personální stránky. Východiska jsou znázorněna pomocí grafů a tabulek, doplněné o interpretaci výsledků shrnující stav dané problematiky.

Výsledky: V daném klubu klienti nebyli doposud systematicky tázáni, tudíž vedení nedostávalo zpětnou vazbu na fungování klubu od svých návštěvníků. Veškeré změny byly doposud realizovány na základě domněnek managementu. Výzkum dokládá vnímání klubu očima zákazníka. Poukazuje na oblasti služeb, kterých si návštěvník doopravdy všímá, a které jsou pro něj důležité. Výsledky ukazují kritická místa, která se v klubu vyskytují. Interpretace dosavadní péče o členy nenaznačuje dostatečně pestrý a zodpovědně prováděný systém. Výsledky mohou být využity vedením klubu nejen k lepšímu porozumění zákazníkům, ale i k odstranění nedostatků a mylných kroků.

Klíčová slova: marketingový výzkum, členství, marketing, řízení vztahu, zákaznická orientace, doprovodné aktivity