

Abstrakt

Název: Typologie zákaznic ve fitness službách

Cíl: Cílem práce je určit typologii zákaznic ve fitness službách.

Metody: Typologie bude zpracována na základě marketingového výzkumu. Objektem výzkumu budou ženy ve věku 15 až 56 a více let. Šetření bude prováděno kvantitativní metodou osobního dotazování. Respondenty se stanou zákaznice fitness center, které budou vybrány do vzorku podle určitých kritérií.

Výsledky: Statisticky zpracované výsledky budou zobrazeny pomocí grafů a tabulek.

Klíčová slova: marketingový výzkum, fitness služby, osobní dotazování, typologie zákazníka