Oponentní posudek diplomové práce Bc. Lucie Dortové s názvem „Podpora prodeje a podpora retence zákazníků při zavádění nových farmaceutických produktů na trh“

Cílem diplomové práce bylo nejprve teoreticky zmapovat možné nástroje podpory prodeje a podpory retence zákazníků, jak obecně, tak konkrétně při zavádění nového výrobku na trh (definovat specifika pro farmaceutický průmysl). Následně bylo úkolem připravit, realizovat a zpracovat výsledky primárního výzkumu se zaměřením na specifikaci nástrojů podpory prodejů a podpory retence zákazníků při zavádění nového farmaceutického výrobku na trh, včetně zjištění vnímání jejich užitečnosti z pohledu vedoucích zaměstnanců kamenných lékáren. Podpora prodeje a podpora retence zákazníků patří zajisté ke klíčovým předpokladům úspěšného fungování na trhu. Přes to právě při zavádění nového výrobku na trh by mohl být význam těchto nástrojů poněkud podceňován, neboť v této fázi životního cyklu výrobku je důraz tradičně kladen zejména na různé formy reklamních sdělení. Ukazuje se však, že využívání odpovídajících nástrojů podpory prodejů i retence zákazníků je pro získání co největšího tržního podílu pro nový výrobek nezbytné. To samozřejmě platí i v oblasti produktů farmaceutického průmyslu. S ohledem na tyto skutečnosti lze hodnotit zaměření diplomové práce jako aktuální, přínosné, s prakticky využitelnými výsledky.

První část diplomové práce představuje rešerši celkem 40 literárních zdrojů, kde autorka na cca 50 stranách nejprve definuje pojmy podpora prodejů a retence prodejů, popisuje jejich význam, jejich cíle, ale i nástroje doporučované literaturou k podpoře prodejů i posílení retence zákazníků. Pozornost je v této části práce věnována též procesu zavádění nového výrobku na trh, marketingovým strategiím využívaným v této fázi životního cyklu produktu a specifikaci nástrojů podpory prodeje a retence zákazníků při zavádění nového produktu na trh. Lze pochválit snahu autorky vyhledat specifika zkoumaných oblastí z perspektivy farmaceutického průmyslu. Tím si diplomantka připravila výborný teoretický základ pro navazující praktický výzkum. Rešerše je zpracována pečlivě, literatura je vzorně citována. Jsou zmapovány všechny oblasti, na které je výzkum zaměřen. K teoretické části práce tudíž nemám žádné připomínky.

Navazující praktická část obsahuje zpracování a analýzu výsledků primárního výzkumu využívání nástrojů podpory prodeje a podpory retence zákazníků při zavádění nového produktu (volně prodejného léku) na trh kamenných lékáren v Pardubicích a Chrudimi. Na cca 40 stranách jsou zde shrnuty výsledky výzkumu týkající se získávání informací lékáren o nových volně prodejných lécích; využívání a účinnosti forem podpory prodeje a podpory retence zákazníků u nových volně prodejných léků z pohledu oslovených kamenných lékáren a z tohoto pohledu též hodnocení spolupráce kamenných lékáren s výrobci, distributory a lékaři při zavádění nového volně prodejného léku na trh. Lze ocenit zajisté velké úsilí, které musela diplomantka přípravě, realizaci i zpracování výsledků výzkumu věnovat. Obdivuhodná je též návratnost dotazníků (ze 43 oslovených lékáren jich odpovědělo 42) a ochota respondentů odpovídat (žádný dotazník nemusel být vyřazen), což bezesporu svědčí o skvělé přípravě a realizaci výzkumu. Výsledky jsou zpracovány přehledně (graficky se slovním komentářem), uceleně a srozumitelně. Slovní komentáře odrážejí zjištěná data a nalézáme zde v převážné většině logické závěry diplomantky. Připomínku bych měl pouze ke srovnávání celkové průměrné účinnosti zjištěných forem podpory prodeje s celkovým průměrným hodnocením forem informační podpory, kde diplomantka dospívá k závěru, že pro přivedení zákazníka k prvnímu nákupu nových volně prodejných léků jsou účinnější různé formy podpory prodejů než různé způsoby informační podpory (viz str. 63). Obdobně, podle mého názoru nesprávně, srovnává autorka celkovou průměrnou účinnost forem podpory retence a celkovou průměrnou účinnost forem informační podpory (viz str. 68 dole).

Domnívám se, že srovnávat celkovou průměrnou účinnost 6 nejvyužívanějších forem podpory prodejů a celkovou průměrnou účinnost 18 různých způsobů informační podpory a vyvozovat z toho závěry o celkové účinnosti podpory prodejů ve srovnání s účinností informační podpory je poněkud zavádějící (obdobně pro účinnost forem podpory retence ve srovnání s účinnosti forem informační podpory). Nicméně toto, dle mého názoru nesprávné, hodnocení, je v práci výjimkou a vhledem k rozsahu zpracovávaných dat a z nich vyvozených správných závěrů, je i maličkostí. Zpracování i analýzu výsledků výzkumu považuji celkově za velmi kvalitní.
Práce je zpracována logicky a systematicky. Je psána kultivovanou a srozumitelnou formou, nalézáme zde minimum překlepů. Z formálního hlediska by bylo možné uvést pouze následující drobné připomínky:

- odkaz na obrázek v textu by měl být vždy před uvedením obrázku, což se autorce nepodařilo vždy uhlídat (viz např. str. 41, 57 atd.);
- v kontingenčních tabulkách (např. str. 55) by bylo vhodné nahradit slovo TOTAL, českým slovem CELKEM.

Celkově je však i formální stránka práce zvládnuta velmi dobře.

Závěrem lze konstatovat, že diplomantka splnila všechny cíle, které si vytkla. Práce odpovídá veškerým požadavkům na tento typ prací kladených a hodnotím ji známkou

výborně

Při obhajobě prosím diplomantku, aby se vyjádřila k následujícím otázkám:

1. Na str. 20 řadí diplomantka *Eventy* mezi nástroje podpory prodeje směrem k obchodním partnerům. Obvykle se však setkáváme s *Eventy* jako s jedním z nástrojů PR. Vysvětlete prosím, jak lze využít *Eventů* pro podporu prodejů a kdy jako nástroj PR.
2. Z výzkumu vyplynulo, že mezi poměrně často využívané formy podpory prodeje v kamenných lékárnách při zavádění nových volně prodejných léků patří „možnost vyzkoušení produktu v lékárně na místě“ a „rozdávání vzorků u lékařů v dosahu lékárny“ (viz str. 60 a 61). Toto zjištění mě z hlediska zkoumaných produktů – léků – dosti překvapilo. Vysvětlete, prosím, jak tyto formy podpory prodejů fungují (uveďte příklad).
3. Co bylo podnětem pro provedení daného výzkumu a jaká je (či bude) praktická využitelnost získaných výsledků?

V Pardubicích 24.5.2013 Mgr.et Ing. Radim Jelínek, Ph.D.