Oponentský posudek na Diplomovou práci Ladislava Špitálského - „Segmentace klientů autoservisů“

Téma práce je zejména v současné ne zcela příznivé ekonomické situaci řady firem a celkové stagnaci trhu velice aktuální. Autor v úvodu zcela správně zdůraznil důležitou roli segmentace trhu pro nastavení vhodné a efektivní marketingové strategie a úspěšnost marketingových nástrojů.

V diplomové práci je segmentován B2C trh zákazníků autoservisů, který se vyznačuje extrémně konkurenčním prostředím a velkým počtem zákazníků, pro které je návštěva autoservisu spojena většinou se ztrátou času a výdajem většinou většího obnosu peněz. Je obdivuhodné, že autor této práce identifikoval tolik segmentů, které se od sebe liší v parametrech, které by se daly v praxi použít pro zvýšení tržního podílu či přinejmenším zvýšení loajality současných zákazníků autoservisů.

Velice nápomocný byl pro autora jistě dotazník s vysokou návratností 83% z 386 oslovených zákazníků autoservisů. Toto číslo je hodně vysoké a podtrhuje objektivitu všech zjištění a výstupních dat.

V teoretické části autor správně vystihuje podstatu segmentace trhu, důležitost měřitelnosti a stability segmentů. Jsou zde i dobře popsány segmentační proměnné a další atributy, které mohou ovlivňovat segmentaci daného trhu a následnou volbu varianty marketingové strategie. Zde bych doporučil autorovi diplomové práce položit otázku: **„Jaký marketingový přístup by doporučil neautorizovaným autoservisům s ohledem na zjištění a znalosti, kterých nabyl při řešení této diplomové práce?“**

Metody zpracování dotazníkového šetření i postupy řešení jsou zvoleny správně a logicky. Mohu potvrdit, že zjištěné údaje a výsledky práce odpovídají praxi. Z tohoto důvodu považuji práci za zdařilou. Doporučil bych dokonce navázat na závěry této práce a dál je rozvíjet v praktické části včetně tvorby konkrétní marketingové strategie pro každý segment.

Jazykový projev práce je sympatický. V některých pasážích bych měl pouze malou výhradu k přílišnému rozvíjení teorie a očekával bych spíše vlastní názory a zjištění autora. Nabízí se proto otázka: **„Který segment je podle dotazníkového šetření největší a který segment vyžaduje ze strany autoservisů nejmenší péči a tím pádem i výdaje?“**

Tato práce je zpracována přehledně, v logickém sledu, srozumitelně a pro zasvěceného je i čtivá a přínosná. Je vhodně doplněná obrázky a tabulkami. Cíl diplomové práce byl splněn.

Vzhledem k výše uvedeným faktům a přínosům práce pro případné praktické využití klasifikuji práci stupněm **výborně** a doporučuji ji k obhajobě.

Pardubice, 21.5.2014

Ing. Luboš Krejčík

Segment manager - marketing

PARAMO, a.s., Pardubice