

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta/studentky:** Laura Doubková

**Název práce:** Segmentace zákazníků dle příchutí energetických nápojů značky Red Bull

**Cíl práce:** identifikovat zákaznické segmenty na základě jejich preferencí k jednotlivým příchutím energetických nápojů Red Bull.

## **Celkové hodnocení práce:**

podprůměrná                      průměrná                      nadprůměrná                      (uved'te)

|  |             |
|--|-------------|
| Celková náročnost práce                      | nadprůměrná |
| Praktická/teoretická využitelnost zpracování | nadprůměrná |

## **Dílčí kritéria hodnocení práce:**

výborně                      -                      velmi dobře                      -                      dobře                      -                      nevyhovující                      (uved'te)

|   |         |
|---|---------|
| Stupeň splnění cíle práce                             | Výborně |
| Logická stavba práce                                  | Výborně |
| Rozsah a relevance teoretické části                   | Výborně |
| Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování | Výborně |
| Adekvátnost použitých metod                           | Výborně |
| Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce           | Výborně |
| Formální úprava práce                                 | Výborně |
| Gramatika a stylistika                                | Výborně |

## **Hodnocení práce:**

Předkládaná bakalářská práce se zabývá zákaznickou segmentací pro vybrané produkty společnosti RedBull. Zkoumání uvedeného fenoménu považuji za vhodné, a to vzhledem k vysoce konkurenčnímu prostředí.

Cíl práce je srozumitelný a jednoznačný. Zastávám názor, že doplněný text v cíli práce je vcelku nadbytečný a složitě uchopitelný. Autorka předkládanou práci splňuje vytyčený cíl. Dílčí úkoly práce jsou formulovány adekvátně pro předkládanou závěrečnou práci.

Teoretická část má logickou strukturu a je sepsána výborně. Vybrané subkapitoly na sebe logicky navazují a autorka vybírá témata, které se týkají zaměření práce. Oceňuji například vložení a kvalitní zpracování subkapitoly týkající se Customer Journey Mappingu. Kladně hodnotím využití relevantní literatury, která je především zahraniční provenience. Autorka kombinuje aktuální zdroje se zdroji, jejichž výroky jsou stále platné i v dnešní době. Celou teoretickou část považuji za výborně zpracovanou a obsahově velmi dobře adaptovanou na téma závěrečné práce a na samotný následně realizovaný výzkum.

Metodická část popisuje vymezení vybraných metod a jejich praktickou aplikaci. Metodická část velmi dobře popisuje základní a výzkumný soubor, ale také samotné dotazníkové šetření. V této části je jen drobně naznačeno, jak byl dotazník distribuován. Ocenil bych však detailnější doplnění, jak byly jednotlivé sociální sítě využity pro distribuci dotazníkového šetření, a to také například jaká sociální síť a v jakém formátu a v jakém časovém horizontu. Kladně lze hodnotit také provedení pilotáže u předkládaného výzkumného konstruktů. Není však již uvedeno, zda došlo k úpravě nějakých položek v dotazníku právě na základě realizované pilotáže. Část týkající se analýzy dat je zcela adekvátní a zároveň nadprůměrná pro úroveň bakalářské práce.

Struktura analytické části je logická. Autorka přehledně prezentuje výsledky provedené studie. Oceňuji uvedení souhrnné tabulky.

Vysokou přidanou hodnotu práce spatřuji v syntetické části, kde autorka prezentuje jednotlivé clustery pro vybrané příchutě energetického nápoje. Tyto clustery následně mohou sloužit pro tvorbu tzv. buyer personas s možností realizace cílené marketingové komunikace. Právě implementace či tvorba samotných buyer personas by byla z mého pohledu efektivnější než tvorba obecných doporučení pro zkoumanou značku.

Diskuze je výborně zpracována a obsahuje vše, co by obsahovat měla. Autorka se věnuje limitům výzkumu a zároveň provádí komparaci literárních zdrojů s výsledky vlastního provedeného šetření. Tuto část považuji za dobře zpracovanou a s očividnou provázaností na teoretickou část práce.

Závěr uvádí výsledky provedeného výzkumu, ale také možnosti dalších výzkumných šetření.

Práce využívá celkem 64 zdrojů, které jsou řádně citovány. Kontrola na plagiát činí 1 % a 8 % (dle dostupných nástrojů pro detekci plagiátu). Etické aspekty práce byly dodrženy. Tato práce splňuje kritéria v kontextu počtu zdrojů pro bakalářskou práci. Práci tímto doporučuji k obhajobě.

### **Připomínky:**

Klíčová slova by neměla být shodná se slovy uvedenými v názvu práce.

Graficky bych doporučil pracovat více marketingově a grafy například vytvořit v barvách zkoumané společnosti.

Na grafy, tabulky obrázky je potřeba v textu vždy alespoň jednou odkazovat.

### **Otázky k obhajobě:**

1. V práci uvádíte větu „*Tímto způsobem si práce klade za cíl o co nejrelevantnější rozdělení částí zákaznického trhu.*“ Vysvětlete, prosím, co je danou větou myšleno.
2. V práci hovoříte o USP. Charakterizujte Unique Selling Proposition na základě výsledků Vašeho výzkumu pro společnost RedBull.

**Navržený klasifikační stupeň: Výborně**, v závislosti na průběhu obhajoby.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 1. 6. 2024

.....  
Mgr. Ing. Mgr. Daniel Opelík