



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Případová studie

Martin Klinkovský - KAMARo

Martin Klinkovský

garant praxe

„Inovace vzdělávacích programů dle požadavků podnikatelské praxe v rámci procesu stabilizace VOŠE Zlín“

STUDENTI A PRAXE

CZ.1.07/2.1.00/32.0038

Případová studie

2013



OBCHODNÍ AKADEMIE TOMÁŠE BATI
A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ ZLÍN

1. **Místo výkonu praxe –**
Martin Klinkovský – KAMARo, Kvítková 552, 760 01 Zlín
2. **Jméno a příjmení studenta**
Roman Mišák
3. **Obor studia** studenta (Účetnictví a finanční řízení nebo Marketing pro střední stupeň řízení)
Marketing pro střední stupeň řízení
4. **Popis Případové studie**

Již delší dobu cítíme ve firmě potřebu zvýhodnit naše stálé zákazníky, ocenit to, že k nám chovají přízeň a vracejí se do prodejny. Navíc bychom rádi uvítali možnost spolupráce s firmami, jejich cílovou skupinou jsou rodiče dětí od nejmenšího věku po starší školní věk. Zamýšleným programem bychom chtěli pro tyto rodiče vytvořit benefity, které budou výhodné jak pro naši firmu, tak pro ně.

Velmi jsme uvítali možnost, aby student Roman Mišák zpracoval věrnostní program pro zákazníky v rámci Případové studie.

Jako garant praxe jsem studentovi sdělil zadání úkolu, blíže s ním rozebral představu firmy. Tato představa zahrnuje spolupráci jak v rámci prodeje v maloobchodní prodejně na Kvítkové ulici, tak spolupráci v rámci prodeje přes náš e-shop. Po diskusi a sladění představ obou stran, se student zhostil svého úkolu.

V první fázi zpracování zadaného úkolu student mapoval vhodné segmenty, na které by měl být věrnostní program zaměřen. Výsledkem této fáze případové studie bylo konstatování, že by bylo vhodné se zaměřit na tyto okruhy firem:

- restaurace a cukrárny
- dětská centra
- fotoateliéry
- prodejny s dětským oblečením
- zoologické zahrady
- sportovní kluby a oddíly
- jazykové školy

Po odsouhlasení těchto okruhů student vypracoval přehled firem, které do jednotlivých kategorií patří. Firmy budou následně kontaktovány buď e-mailem, telefonicky nebo osobně. Snahou zástupce naší firmy bude sjednání schůzky za účelem představení podmínek věrnostního programu a konkretizace vzájemných představ o případné budoucí spolupráci.

V další fázi Případové studie student Roman Mišák řešil otázku toho, co může naše firma partnerům v ostatních firmách nabídnout jako základ pro spolupráci a co bude vlastně obsahem věrnostního programu. Studentem byl vypracován přehled možných variant zvýhodnění a slev. Pro představu některé z nich uvádím:

- za nákup v určité výši v prodejně KAMARo zákazník uplatní ve smluvní restauraci slevu na večeři či oběd, popř. jídlo zdarma
- za nákup v prodejně KAMARo získá zákazník slevu na platbu svého kroužku či kurzu
- za nákup v prodejně KAMARo obdrží zákazník pro své dítě např. volnou vstupenku do zoologické zahrady

Všechny výstupy z této fáze případové studie byly vyhodnoceny zejména ve vztahu vzájemné výhodnosti a přínosu pro obě zúčastněné strany, tj. jak firmu KAMARo, tak pro spolupracující firmy. Na základě připomínek studenta v tomto směru doplnil přehled benefitů a slev. Díky panu Romanu Mišákovi je nyní ve firmě připraven kompletní materiál pro oslovení výše uvedených okruhů firem.