

ÚVOD .....	5
1 PROCES VÝZKUMU A JEHO CÍLE.....	6
1.1 Výzkumná činnost v letech 2005 - 2007 .....	6
1.2 Výzkumná činnost v roce 2010 a 2012, její zdroje a výsledky .....	8
1.2.1 Výzkum v roce 2010 .....	8
1.2.2 Výzkum v roce 2012 .....	9
1.3 Metodika výzkumu v roce 2015 .....	10
1.4 Struktura práce.....	11
2 SOUČASNÝ STAV POZNÁNÍ ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY – CRM.....	12
2.1 Vývoj marketingu .....	12
2.2 Marketing vztahů.....	13
2.3 Řízení vztahů se zákazníky a CRM.....	15
2.3.1 Definice CRM a jejich vývoj .....	15
2.3.2 Typologie CRM.....	16
2.4 Hlavní prvky CRM .....	19
2.5 Architektura CRM .....	20
2.6 Přínosy a bariéry rozvoje CRM.....	23
2.6.1 Přínosy CRM.....	23
2.6.2 Bariéry CRM .....	24
2.7 Marketingové pojetí hodnoty.....	25
2.7.1 Hodnota pro zákazníka.....	25
2.7.2 Hodnota zákazníka pro podnik.....	26
2.8 CRM v malém a středním podnikání.....	27
2.9 CRM v malých a středních podnicích v České republice.....	28
3 CRM V MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNICÍCH – PRIMÁRNÍ VÝZKUM V ROCE 2015.....	31
3.1 Přípravná a realizační fáze výzkumu.....	31
3.1.1 Vymezení vstupního problému, cíl a předmět výzkumu, sběr dat .....	31
3.1.2 Metodika výzkumu.....	32
3.1.3 Charakteristika výběrového souboru.....	34
3.2 Úroveň řízení vztahů se zákazníky v podniku.....	34
3.2.1 Úroveň provádění řízení vztahů se zákazníky.....	35
3.2.2 Znalost či povědomí o CRM .....	37
3.2.3 Výstižnost definice CRM .....	37
3.3 Procesní zajištění řízení vztahů se zákazníky .....	39
3.3.1 Četnost vykonávaných činností v podniku.....	39
3.3.2 Úroveň kontaktů se zákazníkem .....	41
3.3.3 Preferenze nejdůležitější složky kooperativní části CRM.....	43
3.4 Využívání hodnoty zákazníků .....	44
3.4.1 Způsoby využívání hodnoty zákazníků .....	44
3.4.2 Měření hodnoty zákazníků .....	46
3.5 Přínosy a výsledky CRM.....	48
3.5.1 Vliv řízení vztahů se zákazníky na vybrané faktory týkající se zákazníků.....	48
3.5.2 Vliv řízení vztahů se zákazníky na podnik.....	49
3.5.3 Výsledky CRM.....	51
3.5.4 Důvody ztráty zákazníků.....	53
3.6 Komparace výsledků výzkumu roku 2005 a 2015 .....	54

4	SHRNU TÍ VÝZKUMNÝCH VÝSLEDKŮ .....	57
4.1	Verifikace statistických hypotéz.....	57
4.2	Shrnutí výsledků výzkumu dle velikostních kategorií podniků .....	58
4.2.1	Mikropodniky.....	58
4.2.2	Malé podniky.....	60
4.2.3	Střední podniky .....	62
4.3	Shrnutí výsledků za jednotlivé obory podnikání .....	64
4.3.1	Výroba.....	64
4.3.2	Služby.....	65
4.3.3	Obchod .....	66
	SUMMARY .....	70
	SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY .....	72
	SEZNAM ZKRATEK.....	80
	SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ.....	81
	REJSTŘÍK.....	82