

# Report dotazníkového šetření - navýšení zisku

V rámci dotazníkového šetření mezi zákazníky banky byla provedena komplexní analýza, aby se zjistilo, jaké faktory mají významný vliv na zvýšení zisku banky.

V naší analýze jsme brali jako předpoklad to, že k prohloubení vztahu mezi zákazníkem a bankou jsou primární následující tři vlastnosti:

1. Spokojenost zákazníka,
2. Ochota k doporučení firmy,
3. Loajalita k firmě (ochota u ní setrvat).

Po stanovení tohoto předpokladu započalo hledání kombinací jednotlivých nezávislých proměnných vůči těm ostatním, které byly výstupem dotazníkového šetření. Pro tento krok jsem využilí krokovou regresi, která mi pomocí Akaikeho informačního kritéria (AIC).

Výstupem jednotlivých krokových regresí byly optimální modely pro spokojenost, ochotu doporučení a loajalitu. Abychom identifikovali klíčové faktory ovlivňující tyto proměnné, vytvořili jsme tabulku, která přiřazuje ke každé nezávislé proměnné čtyři vlastnosti. Tyto vlastnosti byly vybrány na základě jejich statistické významnosti dle p-hodnoty.

Spokojenost zákazníka	Serióznost	Benefity	Cena	Produkt
Ochota k doporučení firmy	Přínos	Cena	Důvěra	Investice
Loajalita k firmě	Serióznost	Kvalita produktu	Investice	Přínos

Po provedení analýzy hlavních komponent jsem dospěl k závěru, že prvních pět komponent bude klíčových, neboť společně vysvětlují přibližně 68,3% variability vstupních dat.

1. **Kvalita služeb a produktů:** Tento faktor zahrnuje proměnné jako kvalita služeb, celková kvalita, a zkušenosti se službami. Jeho vysoké zatížení naznačuje, že kvalita služeb a produktů má významný vliv na vnímání banky zákazníky.
2. **Zákaznická spokojenost a očekávání:** Tento faktor obsahuje spokojenost, očekávání, výhody. Tyto proměnné ukazují, jak spokojenost a očekávání ovlivňují loajalitu a doporučení banky.
3. **Důvěra:** Zahrnuje důvěryhodnost, serióznost a pevnost.
4. **Loajalita:** Skládá se z loajality, návratnosti, ochoty změnit banku a doporučení. Tento faktor zdůrazňuje význam loajality jako klíčového indikátoru dlouhodobého úspěchu banky.
5. **Uspokojení potřeby:** Zaměřuje se především kvalitu produktů.