

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Autor práce: Bc. Tomáš Pihrt
Název práce: Optimizing Customer Lifetime Value in Retail Banking
Studijní program: Applied Informatics
Termín odevzdání: Měsíc 2018
Vedoucí práce: Ing. Pavel Jašek
Oponent práce: doc. Ing. Ota Novotný, Ph.D.

Celkové hodnocení práce

- Obtížnost zvoleného tématu a stanoveného cíle vzhledem ke studijnímu programu je adekvátní.
- Zvolené téma a stanovený cíl je vzhledem ke studijnímu programu zcela relevantní.
- Téma je vysoce aktuální a řešení je zcela původní.
- Doporučuji předloženou diplomovou práci k obhajobě.
- Navrhuji klasifikační stupeň výborně.

Hodnocení práce v dílčích kritériích

Dílčí kritéria	Výborně (90 % a více)	Velmi dobře (75 % až 89 %)	Dobře (60 % až 74 %)	Nevyhovující (méně než 60 %)
Jasnost a srozumitelnost formulace tématu a cíle práce		x		
Míra naplnění cíle	x			
Logická stavba práce a vzájemná konzistence jednotlivých částí	x			
Rozsah a relevance popisu současného stavu	x			
Adekvátnost metod k řešenému problému, korektnost výběru a aplikace	x			
Rozsah, hloubka a preciznost popisu výsledku		x		
Relevance a správnost diskuze výsledku		x		
Korektnost zpracování soupisu zdrojů a metody odkazování	x			
Relevance informačních zdrojů	x			
Korektnost použití informačních zdrojů (citace a parafráze)	x			
Gramatika, jazykový styl, terminologie	x			
Úprava práce				
Plnění harmonogramu a dohod	x			
Úroveň iniciativy studenta při řešení	x			

Doplňující komentář hodnotitele

Cílem této diplomové práce bylo vyvinout a implementovat algoritmus pro optimalizaci marketingových kampaní v retailovém bankovníctví za podmínek dlouhodobého vztahu se zákazníky a s využitím historických informací o zákaznickém chování. Jde o velmi aktuální a důležité téma ovlivňující profitabilitu finančního odvětví.

Ač je cíl poměrně málo specifický a metody dosažení cíle mohly být více explicitní, autorovi se cíle podařilo dosáhnout. Autor zvládl originálně zpracovat následující tři velmi komplexní témata najednou v kontextu retailového bankovníctví: optimalizace marketingových kampaní, predikce hodnoty zákazníka, Markovovy rozhodovací procesy. Tyto oblasti jsou náročné na teoretické i praktické znalosti, a autor zvládl vyvážit obě složky.

Na základě rozsáhlé rešerše dostupných způsobů predikce hodnoty zákazníků autor došel k výběru takové metody, která v podmínkách bankovníctví dostatečně reflektuje chování zákazníků, a zároveň je kompatibilní se stávajícími přístupy ve společnosti (např. definicí zákaznických segmentů, stavů či využíváním diskontní sazby v rámci prediktivních modelů). Nelze opomenout kontext komplexní podnikové informatiky v daném odvětví, což autor dobře zmapoval a identifikoval potřebné návaznosti. Vybraný přístup autor algoritmoval a implementoval (viz příloha), čímž vytvořil velmi praktický výstup pro praxi i další výzkum. Svě řešení autor aplikoval a validoval na obrovském vzorku 5 milionů zákazníků, což je velice unikátní.

Jako drobnou výtku bych upozornil na závěr práce, ve kterém autor mohl jasněji a strukturovaněji popsat zjištěné poznatky a uvést originální výstupy z této diplomové práce vzešlé. Zároveň je však zřejmé, že autor v závěru práce poukázal na několik problémů odrážejících jak slabý stav literatury k tématu, tak i praktické problémy při nasazování takového modelu ve finančním odvětví.

Práce je psaná v angličtině, která je na velmi silné úrovni. Co se týče formátování, práce je velmi dobře upravena a dodržují se potřebné formální požadavky na diplomovou práci. Struktura práce je logická a vzájemně provázaná. Student pečlivě plnil domluvený harmonogram a pravidelně a iniciativně konzultoval části práce, což se pozitivně promítlo ve výstupu.

Do diskuse během obhajoby navrhuji vložit otázku na manažerské využití predikce dlouhodobé hodnoty zákazníků: Jakým způsobem byste navrhoval sladit krátkodobé manažerské cíle pro řízení kampaní (např. vytvoření zisku v daném kvartále) a optimalizaci dlouhodobé hodnoty zákazníků?

Datum: 17. května 2018

(podpis hodnotitele)