

## Abstrakt

- Název:** Image značky adidas Originals
- Cíle:** Cílem této práce je pomocí marketingové výzkumu zjistit image značky adidas Originals u dvou facebookových skupin: Asociace studentů FTVS a Streetchange. Na základě výsledků marketingového výzkumu došlo k porovnání image značky mezi těmito dvěma skupinami, analýze komplexní image a návrhu kroků k jejímu zlepšení.
- Metody:** Při analýze image značky adidas Originals byla použita metoda kvantitativního výzkumu, konkrétně pomocí elektronického dotazování.
- Výsledky:** Marketingový výzkum na zjištění image značky adidas Originals přinesl u zkoumaných skupin pozitivní výsledky, kdy oba vzorky spojují značku především s pozitivními vlastnostmi, jako je například styl, jedinečnost či kvalita. Hlavní rozdíl mezi oběma vzorky je ve schopnosti spojit značku s nějakým hudebním umělcem. Tato znalost pozitivně ovlivňuje image jednotlivých respondentů. Z výsledků je dále patrné, že dochází k záměně značky adidas Originals a Performance, kdy respondenti přiřazují ke značce Originals sporty a logo patřící pod značku Performance. Z tohoto důvodu je návrh směřován především na propagaci značky Originals pomocí sportovních a kulturních akcí.
- Klíčová slova:** Značka, image značky, adidas Originals, dotazník, marketingový výzkum