

## **Abstrakt**

**Název:** Marketingová komunikace společnosti Hervis Sports

**Cíle:** Hlavním cílem diplomové práce je analýza marketingové komunikace společnosti Hervis Sports a návrhy na její zlepšení, jenž vycházejí z poznatků jednoho z vedoucích pracovníků společnosti, z výsledků dotazníkového šetření a analýzy dokumentů.

**Metody:** Hlavními metodami využitými v této práci je hloubkový rozhovor s vedoucím zaměstnancem a výzkum, zaměřený na znalost společnosti Hervis Sports a jejích komunikačních nástrojů. K popisu marketingové komunikace bylo využito analýzy dokumentů.

**Výsledky:** Z výsledků hloubkového rozhovoru a marketingového výzkumu bylo zjištěno, že v současné době je marketingová komunikace více zaměřená na zákazníky nakupující v prodejnách. Tento fakt vypovídá i o tom, že Hervis Sports vynakládá nejvíce finančních prostředků na komunikaci se zákazníky prostřednictvím letáků, dle výsledků výzkumu leták alespoň jednou obdrželo celkově 71 % dotazovaných. Společnost Hervis Sports intenzivně pracuje na vylepšení online komunikace, a to i tím, že do těchto nástrojů začíná investovat více financí. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že společnost Hervis Sports si nejvíce lidí spojuje se sportovním vybavením a oblečením.

**Klíčová slova:** marketing, komunikace, zákazník, strategie, e-shop