

Abstrakt

Název:

Marketingová strategie projektu Radegast Index

Cíle:

Tato diplomová práce se zabývá výzkumem projektu Radegast Index, který je již pátým rokem oficiální statistikou nejvyšší české hokejové soutěže. Práce byla doplněna odbornými studiemi, které se týkají daného tématu. Úkolem práce bylo zjistit povědomí o projektu Radegast Index a jeho spojení s hokejem. Následně navrhnout marketingovou strategii, která vyplynula z výsledků dotazníků, rozhovoru a SWOT analýzy.

Metody:

Výzkum povědomí o projektu Radegast Index byl proveden pomocí elektronického dotazování. Dalšími metodami výzkumu byl polostrukturovaný rozhovor s brand specialistou pivovaru Radegast, a zpracování SWOT analýzy projektu.

Výsledky:

Výsledkem této diplomové práce je návrh marketingové strategie, která je navržena pro zvýšení povědomí o spojení pivovaru Radegast s extraligovým hokejem a projektu Radegast Index širší veřejnosti. Tato strategie, která obsahuje dva různě finančně náročné směry, je navržena tak, aby korespondovala s výsledky z marketingového výzkumu, ve kterém jsme zjistili silné znalosti o projektu mezi fanoušky hokeje, mimo tuto komunitu je ale povědomí o projektu velmi nízké. Oba návrhy strategie jsou tedy navrženy tak, aby oslovovali cílový segment mimo hokejové stadiony, ale byly s hokejem úzce provázány.

Klíčová slova:

Hokej, Radegast, marketingová strategie, SWOT analýza,