

ZÁVĚR

Ucelená a komplexní komunikace, která je v souladu s hodnotami podniku, hraje klíčovou roli ve fungování každé společnosti. Cílem této bakalářské práce, který jsem zmiňovala v jejím úvodu, bylo kriticky a obsahově zanalyzovat hlavní kanály komunikace společnosti Velvet Bakery Prague a přijít s možnými návrhy na jejich zefektivnění.

Jak se ukázalo, společnost Velvet Bakery Prague je zvyklá komunikovat spíše intuitivně bez způsobilosti nahlížet na komunikační mix souhrnně a strategicky. Přesto, že je společnost schopna správně zasáhnout svou cílovou skupinu, má nedostatky ve využívání plné šíře možností, které jednotlivé komunikační nástroje nabízejí. Díky detailní analýze dílčích komunikačních kanálů společnosti Velvet Bakery Prague byly zjištěny jisté trendy, ze kterých vzešla doporučení pro budoucí komunikaci.

Byly objeveny rezervy v oblasti získávání zpětné vazby od návštěvníků eventů, které majitelky se svým podnikem navštěvují nebo absence kontaktní databáze s údaji zákazníků, kteří u společnosti již nakoupili. Využití přímého marketingu může pro firmu znamenat další příležitost, jak méně nákladnou cestou zasáhnout další potenciální zákazníky a přimět je k objednávce sladkostí. S dynamicky rostoucím trendem sociálních sítí je na místě, aby společnost začala s opětovnou komunikací na těchto kanálech. Ta by měla být provázaná s hlavními atributy podniku (jedinečný koncept, kvalitní produkty a zážitek), za pomoci nových formátů, které budou optimalizované pro mobilní zařízení. Ač lze ocenit dosavadní fungování instagramové stránky, na kterou uživatelé reagují velice pozitivně, stále nevyužívá veškerého svého potenciálu. Nepoužívání možnosti Instagram Stories a celé další řady funkcí vede k nižšímu celkovému zásahu stránky a zároveň zakrnění za konkurencí, která tyto funkce již využívá. V neposlední řadě práce řeší otázku spolupráce s influencery, která může být pro podnik velice přínosná, v případě, že je vlivná osoba vybraná s ohledem na hodnoty podniku a celá spolupráce funguje transparentně. Pro úplnost práce jsem pro jednotlivé kanály komunikace vytvořila souhrnný rozpočet včetně harmonogramu, díky kterému si může podnik lépe rozvrhnout všechny finanční prostředky, které chce do marketingu investovat.

Veškeré návrhy v této práci jsem vytvořila na základě dlouholeté známosti s majitelkami firmy a úzkou spojitostí s celým podnikem. Věřím tedy, že jsou reálné a mohou firmě přinést žádoucí rozvoj a inspiraci a v konečném důsledku hlavně komplexní nahlížení na marketingovou komunikaci, malého podniku, jako je Velvet Bakery Prague.