

Abstrakt

Název: Marketingový mix Golf Resortu Konopiště a návrh na jeho zlepšení

Cíl: Analýza stávajícího marketingového mixu Golf Resortu Konopiště, provedení dotazníkového šetření a na základě výsledků plynoucích z dotazníkového šetření následný návrh opatření vedoucích k jeho zlepšení.

Metody: Analýza marketingového mixu je provedena pomocí marketingového výzkumu kvantitativního charakteru – dotazníkového šetření. Kvantitativní výzkum sloužil k získání dostatečného množství odpovědí z řad golfistů a následnému vyhodnocení stávající situace v celém areálu Golf Resortu Konopiště.

Výsledky: Výsledky průzkumu ukazují, že zákazníci jsou s celým areálem průměrně spokojeni. Díky výsledkům z prováděného dotazníkového šetření, byly navrženy změny v jednotlivých nástrojích marketingového mixu, vedoucí k jeho zlepšení. Nejdůležitější změny byly navrženy v oblasti produktu, ceny a propagace. Změny se týkají například zavedení akčních balíčků, které zahrnují nabízené služby resortu. Dále cenové zvýhodnění pro studenty a seniory, zvýšení výdajů na marketing a propagaci klubu a změna tréninkových ploch pro efektivnější trénink.

Klíčová slova: Marketing, služby, golf, marketingový mix, marketingový výzkum