

Abstrakt

Název: Návrh marketingové komunikace prodejny APM Sport

Cíle: Cílem této práce je pomocí získaných dat zanalyzovat a zhodnotit současnou marketingovou komunikaci prodejny APM Sport a na základě získaných poznatků vytvořit návrh ke zlepšení nové marketingové komunikace prodejny.

Metody: Pro zhodnocení marketingové komunikace byly použity metody kvalitativního výzkumu i kvantitativního výzkumu. Konkrétně rozhovor s pomocí návodu a analýza interních dokumentů. Následně doplněné o kvantitativní výzkum v podobě dotazování aktuálních a potenciálních zákazníků.

Výsledky: Výstupem této diplomové práce je návrh na zlepšení marketingové komunikace zahrnující nové komunikační prostředky a zefektivnění těch stávajících. Jedná se především o zefektivnění věrnostního programu, osobního prodeje během výjezdových akcí a rozšíření spolupráce PR. Nově jsou navrženy společné outdoorové akce, použití venkovní reklamy a guerilla marketing.

Klíčová slova: zákazník, dotazování, komunikační mix, propagace, sportovní zboží