

Marketingový výzkum Image značky Adidas v ČR

Cílem mé práce je provedení marketingového výzkumu image značky Adidas, zabývající se výrobou a prodejem sportovních produktů, mezi vybraným vzorkem obyvatelstva. Výzkum byl proveden dotazníkovou formou mezi vzorkem obyvatelstva v České republice. Dotazník byl zpřístupněn respondentům metodou osobního dotazování a obsahoval otázky týkající se vlastní image značky, výrobků, druhu propagace a služeb .

Výsledky : Přibližují pohled potenciálních zákazníků na značku Adidas a její konkurenci, osvětlují nedostatky, přednosti značky, jejich výrobků a všech složek podílejících se na vytváření image.

Klíčová slova : Marketingový výzkum, image značky, identita firmy.