

Abstrakt

Bakalářská práce „Marketingová komunikace veletrhů Styl a Kabo se zaměřením na přechod ze sektoru B2C do sektoru B2B“ pojednává o českých veletrzích Styl a Kabo, které se zabývají textilní a oděvní tvorbou a jsou určeny pro malé a střední podniky, a o jejich marketingové komunikaci. V souvislosti se změnou orientace na B2B sektor v roce 2009 prošla komunikace veletrhů významnou změnou. Oproti dřívějším ročníkům veletrhů, kdy byl při komunikaci kladen důraz hlavně na nadlinkové aktivity a na mediální komunikaci, se od roku 2009 komunikace přesunula do podlinkových aktivit. Práce popisuje význam veletrhů jako komunikačního prostředku a blíže se věnuje samotným veletrhům Styl a Kabo, jejich vzniku a vývoji, současnému fungování a vyhlídkám do budoucna. Práce také vysvětluje důvod změny veletrhů na čistě kontraktační. Nyní na ně mají přístup pouze odborníci. Dále práce shrnuje komunikační aktivity veletrhů do roku 2009, soustředí se na popis jejich kreativních výstupů, na použitá média a komunikační kanály a event marketing. Následně je popsána marketingová komunikace uplatňovaná v současnosti, to znamená hlavně přímá komunikace a public relations. Veletrhy Styl a Kabo nyní komunikují především prostřednictvím inzerce v odborných magazínech, internetu a přímé komunikace s vystavovateli. Závěrem jsou zmíněny další oděvní veletrhy ve světě a jejich odlišnosti od českých veletrhů Styl a Kabo.