

Abstrakt

Název: Image značky Exel

Cíle: Cílem této bakalářské práce je na základě marketingového výzkumu zjistit, jaký je image značky Exel a navrhnout případná řešení, která by mohla vést ke zlepšení image této značky na českém trhu.

Metody: Tato práce využívá metodu elektronického dotazování a metodu rozhovoru (interview). Při setkání se zástupcem značky Exel pro český trh byl použit rozhovor, prostřednictvím elektronického dotazování byla sesbírána data sloužící k identifikaci image zvolené značky. Interview bylo rovněž použito při dotazování několika hráčů k získání detailnějších poznatků o značce Exel. Výzkumný vzorek byl vybrán ze základního souboru hráčů florbalu, kteří jsou potenciálními zákazníky na florbalovém trhu.

Výsledky: Výsledky marketingového výzkumu image značky Exel ukázaly, že značka si drží dobrou pozici na českém florbalovém trhu. Je z velké části hodnocena jako kvalitní, tradiční a s moderním designem produktů. Výzkum dále ukázal, že florbaloví hráči nemají o značce dostatečné informace. To může být způsobeno špatnou propagací značky, například absencí kvalitních internetových stránek. Pokusil jsem se také o navržení případných opatření, která by vedla ke zlepšení současného image. Jedná se především o doporučení rozšířit spolupráci na více extraligových týmů, vybudovat určitý tým z českých hráčů, kteří by propagovali značku, zavést osvědčené novinky ze zahraničí jako je tzv. players concept a využít zahraniční florbalové hvězdy při tuzemské propagaci.

Klíčová slova: Značka, image značky, Exel, marketingový výzkum, florbal