

Abstrakt

Název: Srovnání image značky Craft v České republice a v Norsku z pohledu studentů

Cíle: Bakalářská práce je zaměřena na problém identifikace image sportovní značky Craft, která se zabývá výrobou funkčního oblečení, v České republice a v Norsku. Cílem práce je na základě výsledků marketingového výzkumu srovnat image této značky a navrhnout případná řešení, která by mohla vést ke zlepšení image značky Craft na českém či norském trhu.

Metody: Vzorek výzkumu je vybrán z řad sportovně založených studentů v České republice i Norsku, kteří představují potenciální zákazníky trhu s funkčním oblečením. Ti svůj postoj ke značce vyjádřili v elektronickém dotazníku.

Výsledky: Výzkum ukázal, že image značky Craft je v obou zkoumaných zemích pozitivní. Zákazníci oceňují především dobrou kvalitu za příznivou cenu. Image značky je lepší v České republice v porovnání s Norskem.

Klíčová slova

Image, značka, Craft, marketingový výzkum