

ABSTRAKT

- Název:** Marketingový plán sportovního centra Pro-6 Squash centrum
- Cíle:** Hlavním cílem této bakalářské práce je na základě provedení situační analýzy, navržení marketingového plánu sportovního centra – Squash centrum Pro-6 – v pražských Kyjích. Marketingový plán by měl především napomoci rozšířit klientelu a tím zajistit sportovnímu centru růst zisku v době, kdy potřebuje získat co nejvíce finančních prostředků na přestavbu centra.
- Metody:** V této práci jsem potřebné informace k provedení situační analýzy získala díky polostrukturovaným rozhovorům s majiteli sportovního centra Pro-6. Situační analýza se skládala ze sestavení BCG matice, segmentace trhu, provedení analýzy konkurence pomocí scoring modelu a ze SWOT analýzy. Na základě výsledků situační analýzy byly vytyčeny marketingové cíle a pak pomocí marketingového mixu sestaven marketingový plán sportovního centra.
- Výsledky:** Zjistila jsem, že sportovní centrum Pro-6 má na trhu vybudované své pevné místo a ve srovnání s konkurencí si vede poměrně dobře. Přesto je potřeba zvýšit zisk sportovního centra. Marketingový plán byl sestaven tak, aby tohoto cíle dosáhl a to především rozšířením klientely centra.
- Klíčová slova:** Marketing sportovních služeb, situační analýza, SWOT analýza, scoring model, BCG matice, marketingový mix