

## **Abstrakt**

Název: Marketingový plán fitness centra Natálie v Českém Brodě

Cíle: Cílem bakalářské práce je na základě analýzy marketingového plánu, který byl aplikován v roce 2014, navrhnout úpravy marketingového plánu pro rok 2015 a 2016.

Metody: V bakalářské práci byly použity kvalitativní výzkumné metody. Konkrétně se jednalo o hloubková interview s manažerem fitness a dvěma pravidelnými klienty fitness Natálie. Dalšími metodami byly nestrukturované pozorování jednotlivých prvků marketingového mixu a analýzy dokumentů.

Výsledky: Jeden z nejvýznamnějších výsledků analýzy konkurence je zjištění, že fitness Natálie ve srovnání s ostatními fitness centry v Českém Brodě a jeho blízkém okolí nejintenzivněji propaguje své služby. Nejvýznamnější příležitostí Natálie je nižší obliba mladých lidí o konkurenční fitness zařízení a nejvýznamnější silnou stránkou Natálie je počet hodin otevírací doby týdně. Mezi nejdůležitější návrhy na úpravu marketingového plánu Natálie patří vytvoření týdenního rozvrhu fitness služeb, zredukování počtu posilovacích strojů a vytvoření odpočinkových zón.

Klíčová slova: Marketingový mix, produkt, konkurence, fitness služby