

Abstrakt

Bakalářská práce “Marketingová komunikace značky Royal Canin v letech 2014-2016“ popisuje marketingovou komunikaci značky Royal Canin, která se zabývá výrobou superprémiových krmiv pro psy a kočky. V práci byla aplikována deskriptivní analýza.

Práce v první části popisuje základní informace o společnosti Royal Canin, její historii, podstatu a identitu, umístění na trhu a definuje její hlavní konkurenty (Hill's, Purina Pro Plan a Brit). V druhé části je popsána marketingová komunikace značky Royal Canin a také popisuje její marketingový mix. Třetí část se věnuje komunikačnímu mixu značky, který obsahuje tištěnou a outdoor reklamu, on-line komunikace (webové stránky, sociální sítě), podporu prodeje (akce na prodejnách, věrnostní program), veletrhy, výstavy a PR aktivity (sponzoring, dárcovství, eventy a media relations). Čtvrtá část srovnává komunikační mix značky s aktivitami konkurenčních značek Hill's, Purina Pro Plan a Brit. V páté závěrečné části práce hodnotí komunikační mix značky Royal Canin a navrhuje možné změny v komunikaci do budoucna.