

Abstrakt

- Název:** Komunikační strategie fitness centra F2 ve Strakonících
- Cíl:** Hlavním cílem předložené diplomové práce je prostřednictvím výzkumu a primárních získaných dat, navrhnout nová opatření komunikační strategie na následující roky. K získání dat byla použita analýza současné komunikační strategie, která souvisí s informovaností populace Strakoníc o fitness centru F2 ve Strakonících.
- Metody:** V předložené diplomové práci byly použity metody spadající do kvalitativního i kvantitativního výzkumu. Z kvalitativního výzkumu se jedná o interview, strukturovaný rozhovor podle návodu, s vedoucím fitness centra, a také o zúčastněné pozorování ve fitness centru F2. Z kvantitativního výzkumu byla využita především metoda osobního dotazování jednotlivých respondentů. Celkový počet dotazovaných respondentů činí 211.
- Výsledky:** Výsledkem diplomové práce jsou návrhy a nová opatření na komunikační strategii fitness centra F2 ve Strakonících. Opatření, která obsahují určité novinky v oblasti novodobé komunikace, kterými fitness centrum F2 nedisponovalo v době psaní této práce. Jedná se především o digital marketing, který zasahuje sociální sítě se zaměřením na PPC a CPM reklamy a jejich vzájemné interní propojení mezi jednotlivými účty. Nová opatření zahrnují také využití tradičních komunikačních nástrojů, mezi které patří (tištěná reklama, plakáty, letáky).
- Klíčová slova:** komunikační strategie, marketing sportu, interview, fitness centrum, online marketing, sociální sítě