

Abstrakt

Název: Marketingový mix sportovního studia JOYfit

Cíle: Cílem této práce je analyzovat stávající marketingový mix sportovního studia JOYfit. Na základě získaných podnětů pak navrhnout případné úpravy současného marketingového mixu, které by společnosti měly pomoci získat větší počet zákazníků.

Metody: V této práci bylo zhodnocení stávajícího marketingového mixu provedeno prostřednictvím marketingového výzkumu. Byla využita kvalitativní metoda – neformální rozhovor a kvantitativní metoda konkrétně formou písemného dotazování. Dále byla použita situační analýza pomocí SWOT analýzy k určení silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

Výsledky: Marketingový mix sportovního studia JOYfit byl hodnocen velice kladně. Z výsledků výzkumu vyplynulo, že je zapotřebí provést určité změny jen v některých jeho částech. Na základě zjištěných výsledků byla navržena doporučení pro zlepšení, a to především těchto částí marketingového mixu: produkt, cena, propagace, procesu a prezentace. V oblasti produktu bylo navrženo zvýšení počtu skupinových lekcí. U ceny jde o zvýšení cen jednotlivých lekcí. V oblasti propagace byly navrženy změny týkající se aktuálnosti webových, facebookových stránek, venkovní reklamy a benefitu pro zákazníky. V rámci procesu byla navržena změna otevírací doby. U prezentace jde o rozšíření prostoru šaten.

Klíčová slova: marketingový mix, 7P, SWOT analýza, JOYfit studio