

Abstrakt

- Název:** Ženy 60+ jako cílová skupina pro poskytování komerčních TV služeb
- Cíle:** Hlavním cílem je návrh marketingové koncepce pro nabízení TV služeb pro cílovou skupinu ženy 60+, taková koncepce následně poslouží jako část podnikatelského záměru
- Metody:** Pro zpracování diplomové práce je využit jak kvantitativní výzkum, v podobě písemného dotazníkového šetření, tak kvalitativní výzkum, ve formě polostrukturovaných rozhovorů, sloužících k doplnění, objasnění a verifikování dotazníku. Výzkumné šetření je realizováno s cílovou skupinou seniorek 60+. Pro analýzu tržní situace je využita obsahová analýza, vycházející z obsahových údajů Českého statistického úřadu.
- Výsledky:** Z výsledku výzkumného šetření vyplynulo, že značná část cílové skupiny seniorek, starších 60 let se snaží prožívat stáří aktivním způsobem a má zájem na zkvalitňování života prostřednictvím pohybu. Výsledky empirického výzkumu umožnily vypracovat marketingovou koncepci, na jejímž základě vznikl program Vitální žena 60+, specializující se na cvičení, určené seniorkám. Značná část respondentek začíná využívat výhod moderních komunikačních technologií, a tak lze nabídku cvičebního programu potenciálním klientkám prezentovat jak tradičními tištěnými komunikačními prostředky, tak prostřednictvím e-mailu.
- Klíčová slova:** Pilates, joga, aerobní cvičení, vhodné pohybové aktivity, senioři, demografický výhled, stáří, motivace