

Anotace

Tato bakalářské práce se zaměřuje na přímé konkurenty leaderů na různých trzích a na jejich marketingové strategie a praktiky. V teoretické části jsou rozebírány důležité faktory značek jako branding a positioning a tyto teoretické termíny jsou prokládány příklady z praxe. Praktická část pak popisuje pomocí hloubkových rozhovorů a analýz marketingovou strategii společnosti CZC.cz, kterou používá proti svému úspěšnějšímu konkurentovi Alza.cz. Cílem práce je zjistit, jestli je profilování do pozice druhé nejúspěšnější firmy v daném segmentu pro značky výhodné a jestli jsou mezi různými odvětvími a strategiemi nějaké spojitosti.