Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá komunikací finančních institucí v sociálních médiích, která se v poslední době stala důležitým komunikačním kanálem.

Úkolem práce je poukázat na specifika marketingové komunikace ve finančním sektoru. Komunikace finančních institucí je zatížena řadou specifik, zejména komplikovaností služeb, jímž zákazníci často nerozumí a komplikuje se tím vzájemný dialog mezi poskytovatelem služeb a klienty.

Cílem této práce je charakterizovat finanční instituci Era a popsat její komunikační aktivity. Práce se věnuje způsobům užití sociálních médií pro komunikaci s klienty a budování značky Era. Dále jsou uvedeny výsledky vlastního sběru dat, kvantitativní analýza komunikace. Je uváděna zejména komunikace na sociální síti Facebook podporující vztahy se zákazníky.

Era je zasazována do konkurenčního prostředí, konkrétně je srovnávána s bankou Air Bank. Jsou popisovány jednotlivé komunikační nástroje instituce, které jsou analyzovány a je zhodnocována jejich efektivita. V závěru práce je navrženo doporučení pro zefektivnění komunikace.