

Abstrakt

Název: Marketingový mix kamenné prodejny a e-shopu Sporticus

Cíle: Cílem bakalářské práce je zhodnotit marketingovou činnost kamenné prodejny a e-shopu Sporticus. Dále autor na jednotlivých nástrojích marketingového mixu navrhne možné směry a opatření pro další rozvoj sportovního obchodu.

Metody: V této práci byla využita pro získání dostatečného množství potřebných dat k navržení konkrétních opatření kvantitativní metoda elektronického dotazníkového šetření pro zákazníky kamenné prodejny a e-shopu. Dále byly použity kvalitativní metody polostrukturovaného interview s majitelem obchodu, nestrukturovaného zúčastněného pozorování a situační analýzy SWOT. Zvolené metody poskytly autorovi získat dostatečné podklady pro navržení konkrétních změn a opatření.

Výsledky: Hodnocení marketingové koncepce kamenné prodejny a e-shopu ze strany zákazníků odhalilo převážně pozitivní výsledky, které korespondují s kladnými recenzemi na obchod v internetových srovnávacích zboží. Kvalitativní metody pomohly odhalit vzájemné souvislosti výsledků dotazníkového šetření a nalézt možné směry pro zlepšení činnosti kamenného obchodu a e-shopu Sporticus. Konkrétní návrhy uvedené v této práci byly v průběhu její tvorby poskytnuty majiteli a konzultovány s personálem sportovního obchodu. Většina návrhů byla již zavedena a z průběžných interních výsledků a statistik lze konstatovat, že zvolené návrhy výrazně přispěly k činnosti kamenné prodejny a rozmachu celé firmy.

Klíčová slova: marketingový mix, produkt, cena, distribuce, propagace, Sporticus, internetový prodej, e-shop