

Abstrakt

Název: Strategie budování značky vyrábějící surfová prkna

Cíle: Cílem této bakalářské práce je vyhledání „bílého místa“ na trhu se surfovými prkny a vytvoření produktu, respektive značky, která by toto místo mohla zaplnit. Dalším úkolem práce je realizování strategických kroků řízení a budování značky. Tyto kroky budou vedeny od samotného počátku vytvoření produktu a značky, přes budování hodnoty a image této značky pomocí vhodně zvolených prvků značky až po další rozvoj značky a inovační aktivity

Metody: Tato práce analyzuje sekundární data získaná z výsledků průzkumů trhu provedených v oblasti průmyslu výroby surfových prken během roku 2017 a 2018. Získaná data byla dále zpracována pro analýzu konkurence a vytvoření poziční mapy. Pomocí těchto metod byla stanovena pozice nové značky na trhu surfových prken.

Výsledky: Podařilo se objevit prázdné místo na trhu, které je pokryté poptávkou a není zde realizována nabídka. Toto místo bylo vyplněno novým produktem, jehož vlastnosti byly určeny na základě analýzy konkurence a konstrukci poziční mapy. Byla stanovena strategie budování hodnoty a image značky, vybrány nejdůležitější prvky značky, vytvořena podznačka podporující image a uvedena další možnost rozvoje značky.

Klíčová slova: strategie budování značky, značka, založení značky, poziční mapa , surfing, surfové prkno