



Analýza marketingu České podnikatelské pojišťovny

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje komunikačnímu mixu vybrané společnosti, konkrétně České podnikatelské pojišťovny. Cílem práce je analyzovat stávající komunikační mix společnosti a následně navrhnout případné řešení, jak mix zlepšit. Teoretická část se zaměřuje na popis základních pojmů marketingu a na jeho rozdělení, a dále rozebírá jednotlivé složky komunikačního mixu. V praktické části práce jsou představeny základní informace o společnosti a její komunikační strategii. Informace jsou získány prostřednictvím rozhovoru s manažerem Úseku marketingu a PR. Dále jsou analyzována data z dotazníkového šetření, které se týkají komunikace pojišťoven se zákazníky a potenciálními zákazníky. Na základě porovnání těchto dat jsou v poslední části práce navržena doporučení na zlepšení komunikačního mixu společnosti.

Cíl práce

Cílem práce je zanalyzovat komunikační mix vybrané společnosti. Následně v dotazníkovém šetření zjistit preference zákazníků a na základě poznatků případně navrhnout doporučení na zlepšení komunikační strategie

English summary

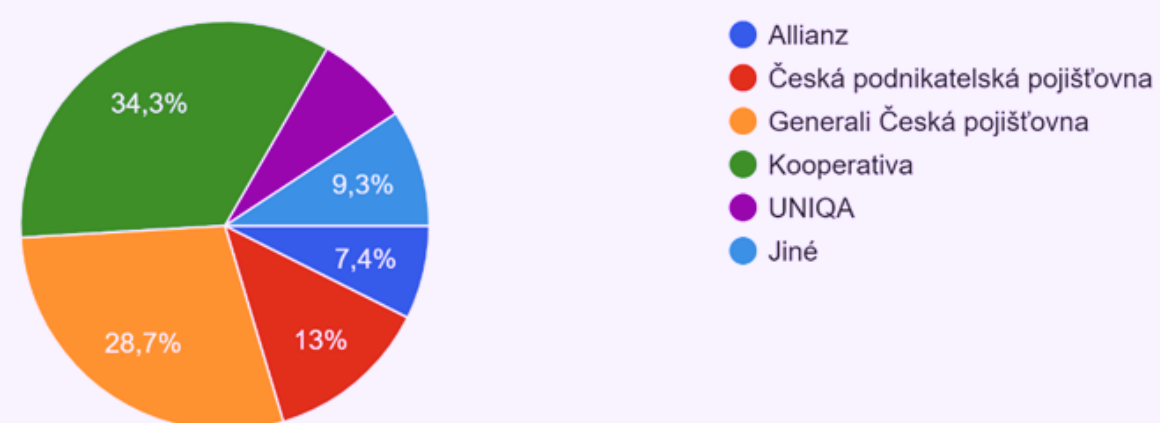
This bachelor thesis focuses on the communication mix of a selected company, namely the Czech Business Insurance Company. The aim of the thesis is to analyze the existing communication mix of the company and then to propose possible solutions to improve the mix. The theoretical part focuses on the description of the basic concepts of marketing and its division, and then discusses the individual components of the communication mix. The practical part of the thesis presents basic information about the company and its communication strategy. The information is obtained through an interview with the manager of the Marketing and PR Department. Furthermore, data from a questionnaire survey are analyzed concerning the communication of insurance companies with customers and potential customers. Based on the comparison of these data, recommendations for improving the company's communication mix are proposed in the last part of the paper.



Metodika

V praktické části této bakalářské práce je představena společnost Česká podnikatelská pojišťovna a její komunikační strategie. Tyto informace jsou získány z rozhovoru s manažerem odboru marketingu Ing. Igorem Rolínkem. Dále bylo využito dotazníkové šetření na téma komunikace pojišťoven, ve kterém bylo zjišťováno, jak respondenti vnímají komunikace pojišťoven s veřejností.

Reklamu které pojišťovny, si vybavíte nejdříve?
108 odpovědí



U společnosti, u které mám sjednané pojištění, jsem kvůli:
108 odpovědí

