

Návrh komunikační strategie ve stavební firmě

Proposal of communication strategy in a construction company

Autor: Bc. Tomáš Beran | Vedoucí práce: Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.

Akademické pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, Institut manažerských studií
Akademický rok: 2022/2023



ABSTRAKT

Cílem diplomové práce je návrh komunikační strategie pro vybranou stavební firmu. Práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou.

V první části jsou definovány základní teoretické pojmy, které jsou nezbytné pro porozumění problematice tématu práce. Teoretická část pojednává o marketingových komunikacích a jejich cílech, marketingovém mixu a marketingovému komunikačnímu mixu. Dále je věnována komunikačním strategiím včetně procesu tvorby komunikační strategie a digitálnímu marketingu.

V praktické části práce je představena vybraná stavební společnost a současně je provedena marketingová situační analýza. Představena a zhodnocena je též stávající komunikace společnosti. Jednou ze stěžejních částí práce je dotazníkové šetření mezi současnými i bývalými zákazníky společnosti. Na základě výsledků dotazníkové šetření a ze zhodnocení současné marketingové situace ve zvoleném podniku je vypracován návrh komunikační strategie včetně harmonogramu a rozpočtu.

KLÍČOVÁ SLOVA

Marketing, komunikace, komunikační strategie, stavební firma, komunikační mix, marketingový mix, marketingové komunikace

ABSTRACT

The aim of the diploma thesis is to design a communication strategy for a selected construction company. The thesis is divided into two parts, theoretical and practical. The first part defines the basic theoretical concepts that are necessary for understanding the topic of the thesis.

The theoretical part deals with marketing communications and their objectives, marketing mix and marketing communication mix. It also discusses communication strategies including the process of communication strategy development and digital marketing.

In the practical part of the thesis, a selected construction company is introduced and at the same time a marketing situation analysis is performed. The existing communication of the company is also presented and evaluated. One of the key parts of the thesis is a questionnaire survey among current and former customers of the company. Based on the results of the questionnaire survey and the evaluation of the current marketing situation in the selected company, a proposal for a communication strategy including a timetable and a budget is developed.

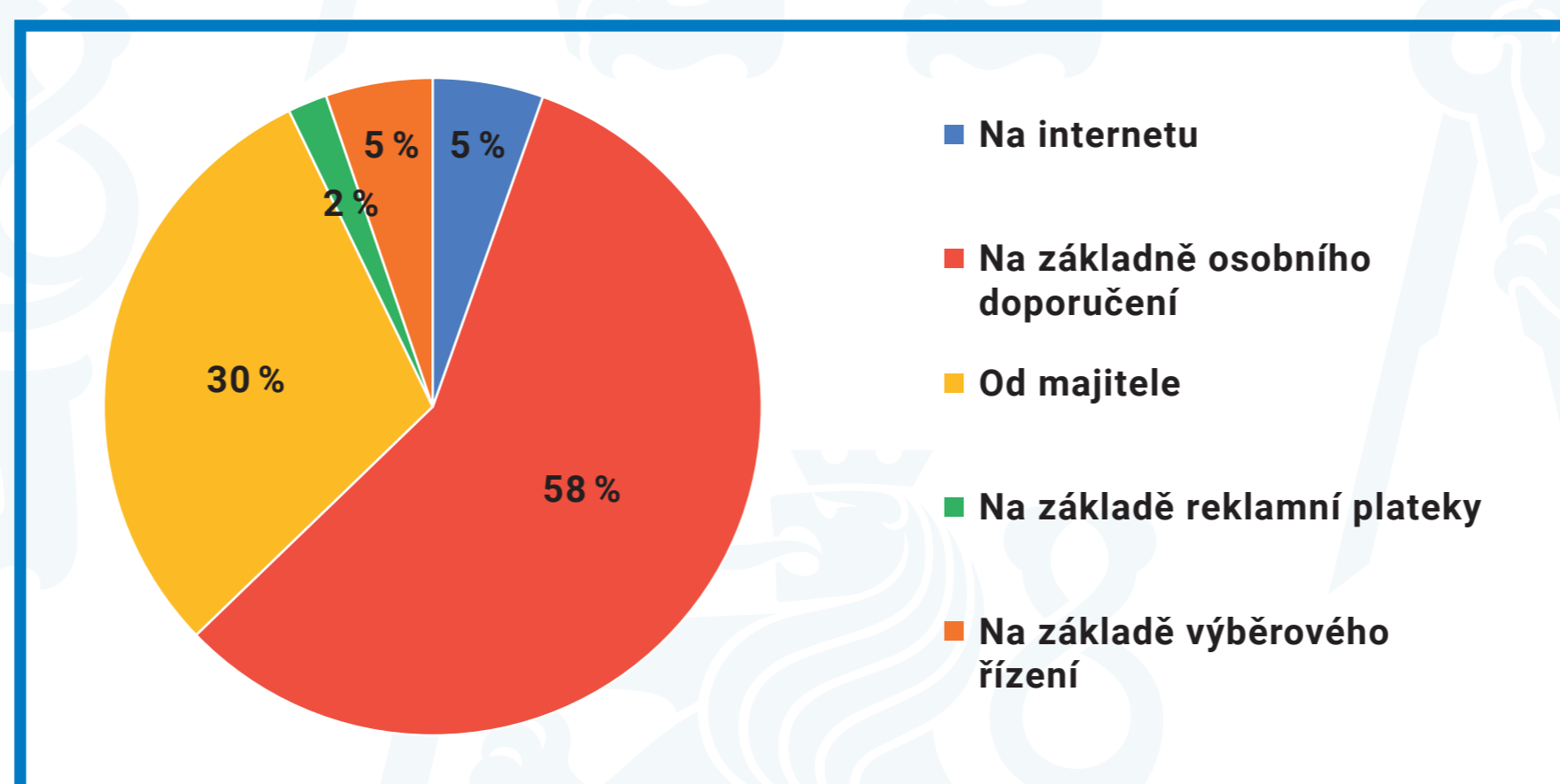
KEY WORDS

Marketing, communication, communication strategy, construction company, communication mix, marketing mix, marketing communications



PROJEKT "VODY SI VÁŽÍME"

Zdroj:
<https://www.fa.cvut.cz/fakulta/ustavy/15128-ustav-navrhovani-ii/atelier-seho/hana-seho-hlavou-a-rukama-80dpi.pdf>



PRVNÍ SEZNÁMENÍ ZÁKAZNÍKŮ S VYBRANOU STAVEBNÍ FIRMOU

Zdroj:
Vlastní zpracování, 2023



KOUPALIŠTĚ NÝRSKO

Zdroj:
vlastní

POVINNÁ LITERATURA

CHAFFEY, Dave, P. R. SMITH a P. R. SMITH, 2017. *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Fifth edition. London: Routledge, Taylor & Francis Group. ISBN 978-1-138-19168-6.

DE PELSMACKER, Patrick, Maggie GEUENS a Joeri VAN DEN BERGH, 2017. *Marketing Communications: A European Perspective*. 6th edition. United Kingdom: Pearson Education Limited. ISBN 978-1-292-13576-2.

KINGSNORTH, Simon, 2022. *Strategie digitálního marketingu: Komplexní přístup k budování strategie pro on-line marketing*. Brno: Lingea. ISBN 978-80-7508-714-0.