



Návrh marketingové komunikační strategie vybraného sportovního klubu

Autor práce: Daniel Patera

Vedoucí práce: Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, Institut manažerských studií

Akademický rok: 2022/2023

Abstrakt

Cílem diplomové práce je zhodnotit stav současné marketingové komunikační strategie vybraného sportovního klubu a navrhnout doporučení ke zlepšení jednotlivých marketingových činností. V teoretické části jsou vymezeny obecné pojmy z oblasti marketingu a marketingové komunikace. Dále je představen sport hokejbal. Metodologická část představuje tři zvolené metody, které byly využity v praktické části. Jedná se o polostrukturovaný rozhovor, dotazníkové šetření a komparativní analýzu. V části praktické jsou zvolené metody aplikovány. Polostrukturovaný rozhovor byl veden s předsedou klubu, respondenty dotazníkového šetření se stali jak členové klubu, fanoušci, tak i další podporovatelé. Obě tyto metody zjišťovaly pohled na současnou marketingovou strategii z obou stran (perspektivou člena klubu i perspektivou fanoušků) a zaměřily se také na sledování budoucího směřování klubu. Komparativní analýza srovnává webové stránky vybraného klubu se stránkami úspěšnějších a větších hokejbalových klubů v České republice.

Abstract

The aim of the thesis is to evaluate the state of the current marketing communication strategy of the selected sports club and propose recommendations for improving individual marketing activities. In the theoretical part are defined general concepts from the field of marketing and marketing communication. The sport ball hockey is introduced. The methodological part presents three selected methods that were used in the practical part. It is a semi-structured interview, questionnaire survey and comparative analysis. In the practical part, the selected methods are applied. A semi-structured interview was conducted with the chairman of the club, the respondents of the questionnaire were club members, fans and other supporters. Both of these methods looked at the current marketing strategy from both perspectives and where the club is heading in the future. A comparative analysis compares the websites of the selected club with the websites of more successful and bigger clubs in the Czech Republic.



Metodologie

Metodologická část představuje teoretický rámec vybraných výzkumných metod, které byly využity v praktické části. Kvalitativní výzkum v této diplomové práci zastupuje polostrukturovaný rozhovor. Metodou, která byla zvolena v rámci kvantitativního výzkumu, je dotazníkové šetření. Třetí metodou, která byla v práci využita v rámci srovnání webových stránek, je komparativní analýza.

Tento hokejbalový klub, který byl založen v roce 1996, se nachází zhruba 40 kilometrů západně od Prahy v okrese Rakovník. Své domácí zápasy hraje v Novém Strašecí v aréně Na Kocourku. Klubové barvy tvoří žlutá a modrá. Tyto barvy se objevují jak na klubových zápasových dresech, tak i ve znaku klubu. Ve vedení klubu je na pozici předsedy bývalý hráč Jiří Husák.

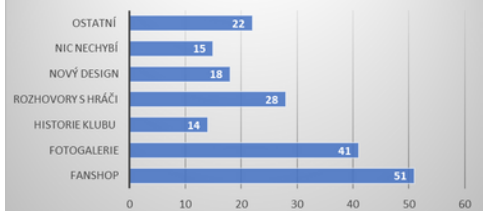
V klubovém znaku HBC Nové Strašecí je vyobrazena postava českého krále Vladislava Jagellonského, který je historicky vázán k městu Nové Strašecí a jeho podobizna je možné nalézt i ve znaku samotného města. Dále jsou součástí klubového znaku dvě hokejky v klubových barvách jako symbol sportu, kterému se klub věnuje.

V současné sezóně 2022/2023 má novostrašecký klub přihlášených sedm různých kategorií od těch nejmladších až po ty nejstarší.

Navržená doporučení

- Založení klubového e-shopu,
- Vytvoření profilu klubu na Instagramu,
- Nový design webových stránek,
- Založení fotogalerie na webových stránkách,
- Rozhovory s hráči a členy klubu.

18. Co Vám na stránkách chybí a co byste přivítali?



Na otázku, jak jsou respondenti spokojeni s designem stránek navazuje otázka, co dotázaným na stránkách v současnosti chybí, případně co by na nich přivítali. V grafu 18 jsou zobrazeny nejčastější odpovědi, které respondenti do dotazníku napsali. Nejvíce z nich by uvítalo, kdyby klub založil svůj vlastní fanshop, a fanoušci by si tak mohli pořizovat klubový merch přes webové stránky. Druhou nejčastější odpovědí bylo vytvoření vlastní fotogalerie na webových stránkách klubu. V závislosti na předchozí otázce, 18 respondentů odpovědělo, že by uvítali novější design celých webových stránek.