



ZAVEDENÍ NOVÉ ŘADY PRODUKTŮ MEZINÁRODNÍ FIRMY NA ČESKÝ TRH

AUTOR PRÁCE: BC. KLÁRA KUBÍČKOVÁ
AKADEMICKÝ ROK: 2022/2023
STUDIJNÍ PROGRAM: PROJEKTOVÉ ŘÍZENÍ INOVACÍ
VEDOUCÍ PRÁCE: ING. OLDŘICH BRONEC, CSC.
PRACOVISŤE: INSTITUT MANAŽERSKÝCH STUDIÍ, MÚVS, ČVUT



ABSTRAKT:

Cílem diplomové práce je návrh marketingové strategie pro zavedení nové řady produktů zahraniční firmy na český trh. Práce představuje konkrétní firmu Bondi Sands a její produkty, provádí analýzu produktů a jejich trhu včetně obdobné nabídky konkurence, navrhuje marketingovou strategii pro uvedení nové řady produktů na český trh, a formuluje závěrečná doporučení pro uvedený podnik.

ENGLISH SUMMARY:

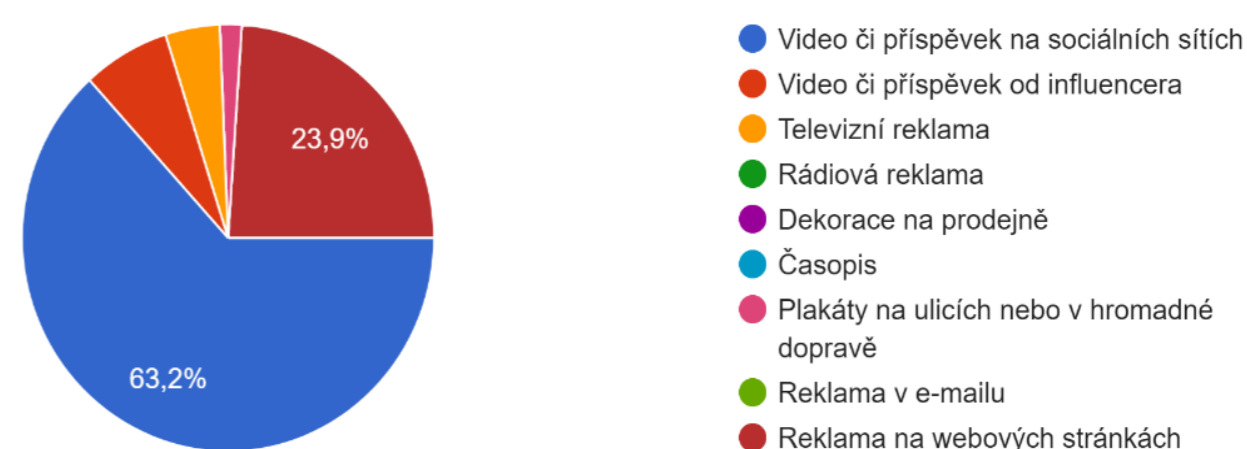
The aim of the thesis is to propose a marketing strategy for the launch of a new product line of a foreign company on the Czech market. The theses introduces a specific company Bondi Sands and its products, analyses the products and their markets including similar offerings of competitors, propose a marketing strategy for the launch of a new product line on the Czech market, and formulates final recommendations for the company.

METODIKA:

Diplomová práce obsahuje vlastní kvantitativní výzkum provedený formou online dotazníku, jehož výsledky jsou v práci analyzovány. Následně je provedena PEST analýza vnějšího prostředí značky Bondi Sands, analýza mezoprostředí s pomocí Porterovy analýzy pěti sil a nakonec SWOT analýza zkoumající vnitřní i vnější prostředí značky.

UKÁZKA ONLINE DOTAZNÍKU:

Se kterým typem reklamy se setkáváte nejčastěji?
117 odpovědí



zdroj: vlastní práce (KUBÍČKOVÁ, 2023)

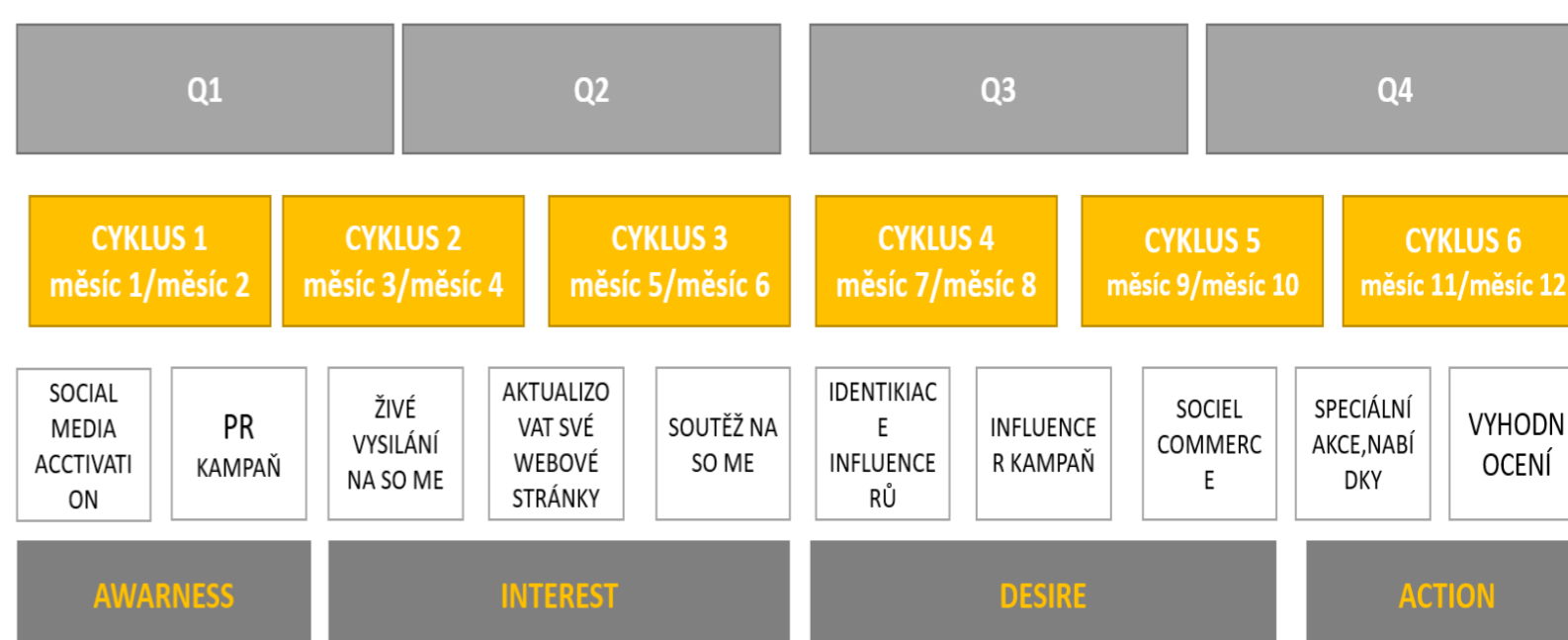
SWOT ANALÝZA:

Silné stránky	Slabé stránky
Celosvětově známá značka	Nízké povědomí o značce
Vysoká kvalita produktů	Spolupráce pouze se dvěma <u>retailerama</u>
Součástí portfolia úspěšného distributora	Nižší budget oproti konkurenčním značkám
Dobře nastavený marketingový plán	
Příležitosti	Hrozby
Disponuje řadou trendů, které jsou v současné kosmetice	Rostoucí síla konkurence
Dobře nastavená cena	Ztráta stávajících zákazníků
Globální povědomí o značce	Nejistota ekonomického vývoje
Široký sortiment produktů	Negativní recenze

zdroj: vlastní práce (KUBÍČKOVÁ, 2023)

STRATEGICKÝ TAKTICKÝ ROČNÍ PLÁN:

Jednotlivé etapy strategie v rámci časové návaznosti:



zdroj: vlastní práce (KUBÍČKOVÁ, 2023)

LITERATURA:

- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- MACHKOVÁ, Hana. Mezinárodní marketing: [strategické trendy a příklady z praxe]. 4. vyd. Praha: Grada, 2015. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5366-9.
- Blythe Jim. Essentials of Marketing, third edition. London: Pearson Education Limited, 2005. ISBN 0-273-69358-1.

ZÁVĚR:

Ze získaných poznatků, provedeného výzkumu a analýz byly získány informace, na základě kterých byla formulována strategie v podobě střednědobého strategického plánu, jehož cílem je výrazné zvýšení povědomí o značce a navýšení jejího prodeje.