

# Analýza marketingu koncernu Volkswagen Group na evropském trhu

## Analysis of the Volkswagen Group marketing on the European market



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

Autor: Ladislav Dlak

Studijní program: Ekonomika a management

Vedoucí práce: Ing Michal Mervart, Ph.D.

Rok: 2023

### Abstrakt

Cílem bakalářské práce je analyzovat fungování marketingu v automobilovém koncernu Volkswagen Group na evropském trhu, případně navrhnout zlepšení v určitých oblastech marketingové komunikace. Práce se dále zaměřuje na kooperaci mezi jednotlivými dvanácti značkami spadající pod tento koncern. Na základě poskytnutých údajů z interních zdrojů koncernu byla provedena analýza produktového portfolia, SWOT analýza, analýza komunikačního mixu. Také byla určena segmentace, targeting a positioning koncernu na evropském trhu. V závěrečné části práce byl proveden průzkum trhu pomocí metody dotazníkového šetření s cílem poskytnutí náhledu na zpětnou vazbu marketingových aktivit koncernu, možnou společnou spolupráci mezi 12 značkami spadajícími pod koncern a zhodnocení budoucnosti automobilové dopravy.

### Klíčová slova

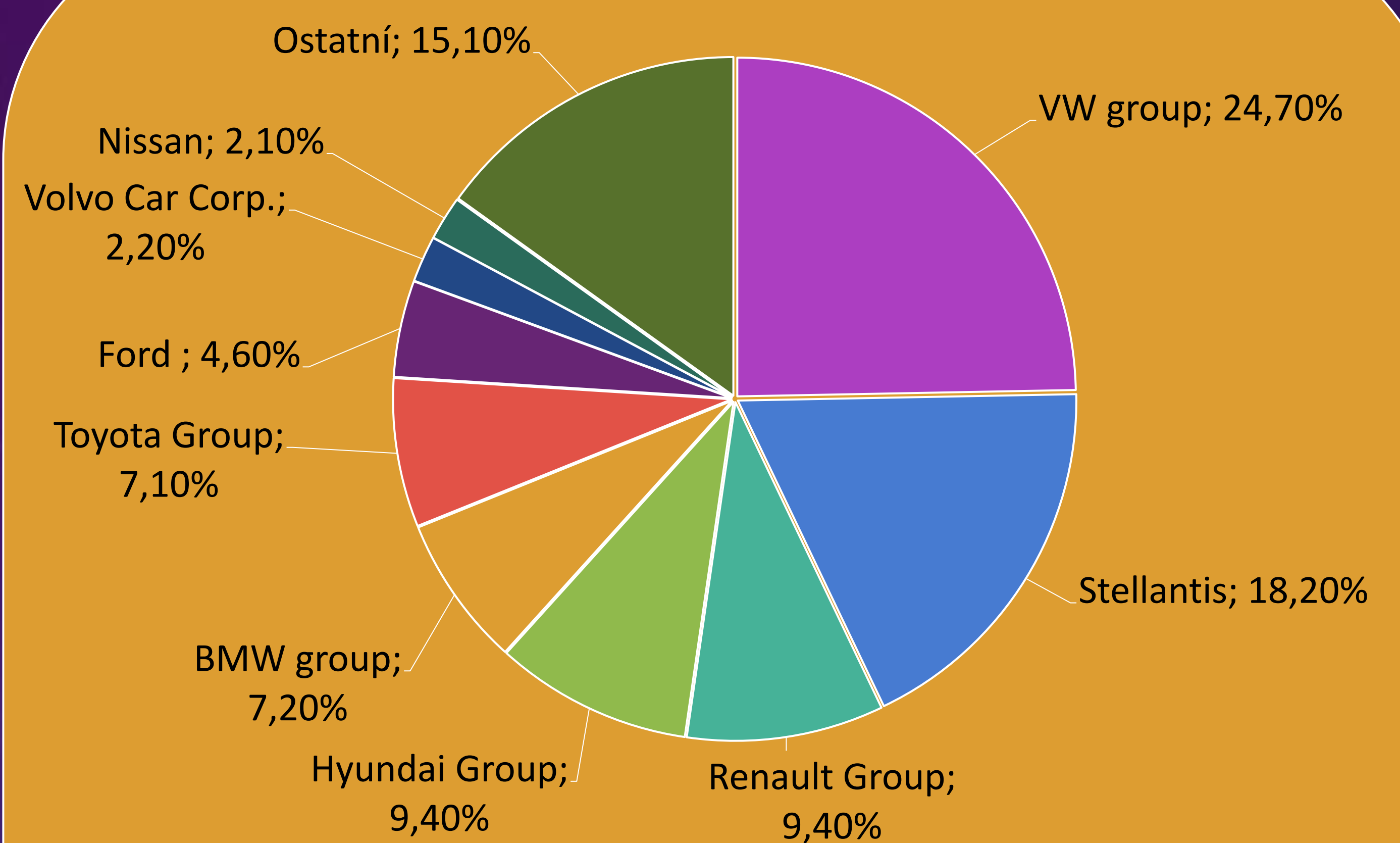
Volkswagen Group, marketing, marketingový mix, marketingový výzkum, analýza portfolia, dotazníkové šetření, evropský automobilový trh, SWOT analýza, multi branding, elektromobilita

### Abstract

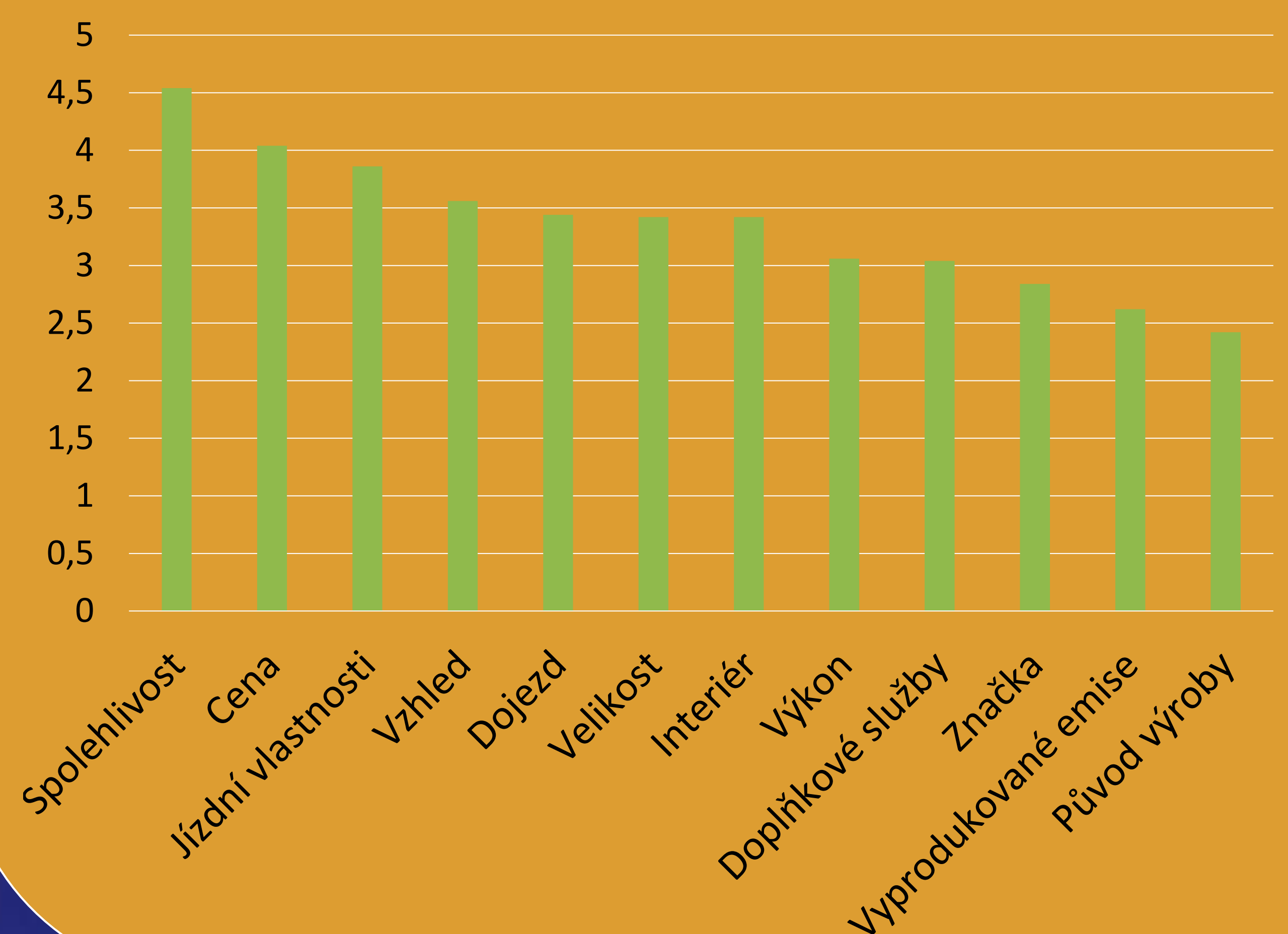
The main target of this bachelor thesis is analysis of marketing methods the Volkswagen Group uses on the European market and eventually proposing improvements in marketing communication. The thesis also aims on cooperation between twelve particular brands that are parts of the Volkswagen group. According to researched internal data thesis aims to analyse product portfolio; strengths, opportunities, weaknesses, and threats (SWOT analysis) and also a communication mix of the Group. Thesis also gives insight into segmentation, targeting and positioning of the brand on the European market. At the final part of thesis, a forms has been made, whose main target was to research the market, propose improvements in the cooperation sector of the Volkswagen Group and clarify potential future of the automotive market.

### Keywords

Volkswagen Group, marketing, marketing mix, marketing research, portfolio analysis, forms analysis, European automotive market, SWOT analysis, multi branding, electromobility



### Vážený průměr známky vlastností u automobilu



### Témata závěru práce:

- Volkswagen je lídrem trhu v oblasti automobilů konvenčních i elektromobilů
- Příležitosti v jednotném, celo koncernovém přístupu k zákazníkům
- Zaměření na spolehlivost
- Snaha o změnu pozice SEAT
- Hrozba asijských konkurentů
- Slabý růst na trhu
- Příležitosti v oblasti rozvoje elektromobilového trhu – masová výroba baterií
- Zlepšení infrastruktury elektromobility
- Řešení problému s elektromobily
- Nabíjení doma