

Helping a Football Company to penetrate Foreign Markets: defining an International Development Strategy

Pomoc fotbalové společnosti proniknout na zahraniční trh: Definování strategie mezinárodního rozvoje



Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na analýzu strategie klubu Bohemians Praha 1905 a.s. pro vniknutí na mezinárodní trh a navrhuje změny, které by měly společnosti pomoci. Teoretická část popisuje internacionalizaci jako takovou a důležitost zapojení marketingu. V praktické části bylo provedeno dvojí šetření. Prvním z nich bylo porovnání mezi kamennou prodejnou a e-shopem. Druhé šetření bylo věnováno zahraničním zákazníkům, kdy se zjišťovalo odkud jsou a jaké zboží si nejčastěji pořizují. Analýza společnosti jako celku nabídla několik závěrů. Pro zlepšení vstupu na mezinárodní trh navrhuji, co nejdříve aktualizaci e-shopu, lepší rozdělení rolí ve struktuře organizace a větší investice do marketingu.

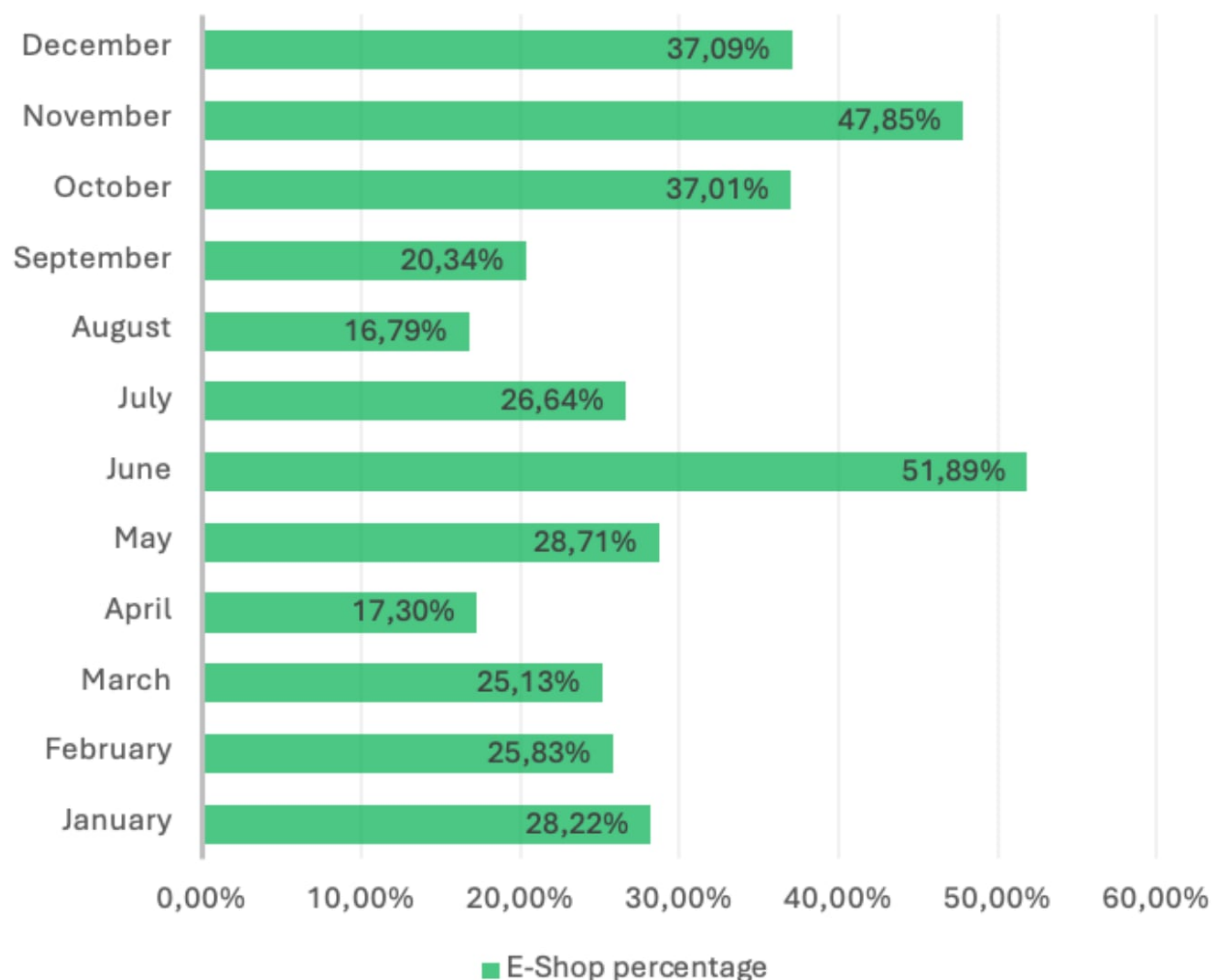
Abstract

This bachelor thesis focuses on the analysis of the strategy of Bohemians Praha 1905 a.s. for entering the international market and proposes changes that should help the company. The theoretical part describes internationalization as such and the importance of marketing involvement. In the practical part, a double investigation was carried out. The first one was a comparison between a brick-and-mortar store and an e-shop. The second investigation was devoted to foreign customers, where they are from and which goods they most often purchase. The analysis of the company as a whole offered several conclusions. In order to improve the entry into the international market, I suggest updating the e-shop as soon as possible, a better division of roles in the structure of the organization and more investment in marketing.

Proposal for e-shop improvement

One of the key points for the smooth and successful penetration of the company into the international market will undoubtedly be the e-shop. Therefore, I propose the creation of a completely new English e-shop, where the photos, descriptions and overall visuals are unified and updated. Linked to this is the need to arrange shipping abroad. Preferably across Europe, but Germany and Poland would most likely suffice to start with.

E-Shop percentage



Patrik vala

vedoucí práce: Vincent Blaise Montenero Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management



ČVUT
ČESKÉ VYSOKÉ
UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE