

Marketingová analýza produktu v automobilovém průmyslu

SKODA



Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je analýza vozu Kodiaq ve společnosti Škoda Auto a.s. a návrh další možné marketingové strategie, která by se dala aplikovat na budoucí generaci vozu. V první části se tato práce věnuje teoretickému propojení automobilového průmyslu a marketingu. Druhá část se zaměřuje na analýzu vozu Kodiaq pomocí dvou zvolených nástrojů marketingové strategie. Data pro tuto analýzu jsou získána převážně prostřednictvím expertních rozhovorů, sekundárního výzkumu a na základě vlastních zkušeností z interního prostředí ve Škoda Auto a.s. Na základě výsledků analýzy jsou sestavena konkrétní doporučení v rámci marketingové strategie pro další generaci tohoto modelu.

English Summary

The aim of the bachelor thesis is to analyse the Kodiaq at Škoda Auto a.s. and to propose a possible marketing strategy that could be applied to the next generation of the car. The first part of this thesis focuses on the theoretical link between the automotive industry and marketing. The second part focuses on the analysis of the Kodiaq car using the two chosen marketing strategy tools. The data for this analysis is mainly obtained through expert interviews, secondary research and from our own experience in the internal environment at Škoda Auto a.s. Based on the results of the analysis, specific recommendations are made in the marketing strategy for the next generation of this model.

Návrh nové marketingové strategie

Efektivní
distribuční
proces



Cenová strategie
využívající
koncernovou
metodiku

Optimalizovaný
nabídkový
koncept

Příležitosti
a hrozby pro
novou generaci
Kodiaqu

Kreativnější
a účinnější
propagace