

Influencer marketing a cílový zákazník společnosti ulivilu s.r.o.

Autor: Romana Klimentová

Vedoucí práce: Ing. Soňa Cupalová

ULIVILU

Ulivilu je český e-shop, který na tuzemský trh přináší produkty skandinávského designu s důrazem na jejich původ a kvalitu. Každý kousek je unikát vyrobený výhradně v Evropě, navržený od severovýchodních designérů.



Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na influencer marketing a role influencerů v něm. V teoretické části jsou popsány základy influencer marketingu, jeho cíle a nástroje, s důrazem na různá hlediska pojmu influencer marketing. Další kapitola se věnuje zákazníkům a jejich segmentaci. V praktické části je provedeno dotazníkové šetření s cílem zjistit postoj uživatelů sociálních sítí k influencerům a spotřebitelské návyky cílového zákazníka firmy ulivilu s.r.o.

This bachelor thesis focuses on influencer marketing and the role of influencers in it. The theoretical part describes the basics of influencer marketing, its goals and tools, with emphasis on different aspects of the concept of influencer marketing. The next chapter focuses on customers and their segmentation. In the practical part, a questionnaire survey is conducted to determine the attitude of social network users towards influencers and the consumption habits of the target customer of ulivilu s.r.o.

Zjištění plynoucí z praktické části



Značka za svého cílového zákazníka považovala ženy a dívky ve věku 18-30 let. Z dotazníkového šetření v praktické části vyplynulo, že cílovým zákazníkem jsou i ženy vyššího věku, tedy od 31 let výše.



Jeden z výzkumných předpokladů práce zněl, že zákazníci mladšího věku a pocházející z větších měst budou dbát na původ produktu více než starší zákazníci z malých měst. Tento výzkumný předpoklad byl vyvrácen.



Jednou ze slabých stránek značky je rychlost doskládnout rychle se vyprodávající produkty. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že respondenti jsou ochotni na produkt do doskládnění počkat.



Závěr

Tato bakalářská práce poskytla hluboký vhled do fungování influencer marketingu a přinesla strategické návrhy pro jeho efektivnější využití ve prospěch značky ulivilu s.r.o., což může vést k posílení její pozice na trhu.



MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE

Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2023/2024