

Návrh marketingové akce pro nábor do týmu



ABSTRAKT

- Tato práce se zabývá vypracováním konkrétního marketingového plánu za účelem náboru dalších dětí
- Přínosem této práce je zmapování možností oslovení vhodné cílové skupiny a konkrétní plán marketingové akce s cílem získat nové zájemce na další období
- V teoretické části práce srovnávám dvě varianty marketingového plánu. První je vytvořený J. Westwoodem a druhý autory K. E. Clow, D. Baack. Dále je teoretická část věnována popisu jednotlivých položek plánu J. Westwooda.
- V praktické části zpočátku popisují již proběhlý a nepříliš zdařený nábor z důvodu nepřipravenosti a poté aplikují kostru marketingového plánu J. Westwooda na další plánovaný nábor do týmu. Podrobně jsou zde popisovány užité marketingové nástroje a potřebný rozpočet.
- V závěru práce je provedeno vyhodnocení realizovaného plánu náboru a návrh na zlepšení.

ABSTRACT

- This work mainly deals with developing a specific marketing plan to recruit more children to team Rainbow cheerleaders.
- The contribution of this work is to analyze the possibility of reaching an appropriate target audience and creating a specific plan of marketing campaigns to attract new people for another period.
- In the theoretical part I compare two different marketing plans. The first one made by J. Westwood and the second one by K. E. Clow, D. Baack. The theoretical part focuses on a description of each part of the plan by J. Westwood.
- In the practical part I describe a recruitment that took place in September and was not too successful. Then I apply the structure by J. Westwood on a marketing plan for the next planned recruitment in January. Marketing tools and the necessary budget are also described in detail.
- In the conclusion there is an evaluation of the implemented recruitment and some suggestions to improve the future plan.

CÍL Vypracování plánu konkrétní marketingové akce pro nábor do týmu Rainbow cheerleaders.

ZÁVĚR Cíl práce byl splněn, vytvořený plán byl použit, dosáhlo se naplnění peewee kategorie a částečného naplnění junior kategorie.



HARMONOGRAM AKTIVIT

Nástroj	Cíl	Rozpočet	Kdo	Kdy
Osobní prodej – nábor na školách	Oslovení cílového segmentu, rozdáni letáků	1170 Kč (v případě tisku v DDM méně)	Trenérka týmu	Leden
On-line marketing – propagace na sociálních sítích	Získání fanoušků a zájemců o kroužek	0 Kč	Trenérka týmu	Prosinec + leden
Podpora prodeje – plakáty	Zaujmut i dosud neoslovené žáky školy	750 Kč	Trenérka týmu	Leden

