



Marketingový plán vybrané organizace

Diplomová práce

METODIKA

Situační analýza	Vnější prostředí	Vnitřní prostředí	Analýza zakazníka a trhu
Cíle a strategie			
Marketingový mix	4P	Akční plán	Rozpočet
Kontrola a měření		Nápravná opatření	

ABSTRAKT

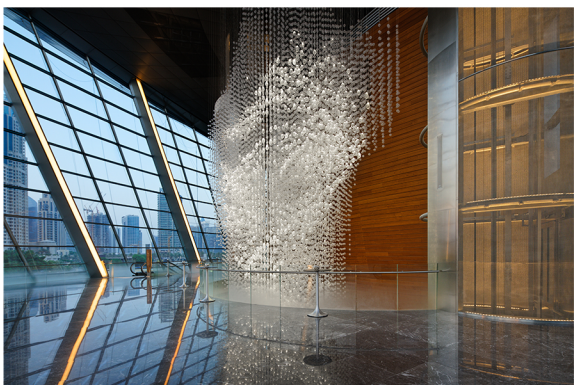
Cílem této práce je sestavení marketingového plánu konkrétní společnosti pro následující rok. Tato společnost se zaměřuje na výrobu a prodej luxusních skleněných instalací a dekorativních svítidel do celého světa. Teoretická část se zabývá problematikou tvorby marketingového plánu a jeho specifík v luxusním odvětví. V praktické části se zaměřuji na sestavení plánu a aplikaci teorie na podnik v reálném prostředí. Tato část obsahuje především interní a externí analýzy, specifikaci marketingových cílů, strategie a akční plán k jejich provedení. V závěrečné části jsem navrhla způsoby kontroly a provedla konečné shrnutí práce.

CÍL

Cílem této práce je návrh marketingového plánu pro společnost, která se zabývá výrobou skleněných instalací a kolekcových svítidel.

PŘÍNOS PRÁCE

Společnost doposud nemá koncepčně schválený marketingový plán pro následující rok, včetně všech provedených analýz, proto celý plán bude přínosem pro společnost.



MARKETINGOVÉ CÍLE:

- Zvýšení prodeje kolekcových svítidel o 15 % oproti loňskému roku
- Zvýšení obecného povědomí o značce na online mediích
 - zhotovení e-commerce platformy
 - nové webové rozhraní/prezentace
 - více zaujatých fanoušků na sociálních sítích
- Zvýšení celkových tržeb o 10 % v porováním s předchozím rokem



Activity	Resource	2017												2018	
		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Jan	
Výběr produktů pro Milano															
Schůze za účelem výběru produktů	Top management														
Vzorkování a vývoj produktů	Designéři, skláři														
Finální výroba produktů	Skláři														
Propagace kolekcových svítidel															
Školení obchodních zástupců	Obchodní zástupci, Managing dir...														
Přizpůsobení strategií propagace	Obchodní zástupci														
Vylepšení emailové komunikace															
Přidání kontaktů	Digital and Social media manažer														
Přizpůsobení mobilním zařízením	Interní kódér														
Správa sociálních sítí															
Příprava reklamních kampaní	Digital a Social media manažer														
Prezentace a schválení kampaní	Marketingové oddělení														
Spuštění marketingových kampaní	Digital a Social media manažer														
Vyhodnocení marketingových kampaní	Marketingové oddělení														
Zavedení plánovací služby Buffer	Digital a Social media manažer														
Tvorba příspěvků pro jednotlivé sítě	Digital a Social media manažer														
Zhotovení webu a e-commerce															
Příprava projektové dokumentace	Digital a Social media manažer, MD														
Oslovení externích agentur	Marketing Director (MD)														
Výběr dodavatele	Top management														
Konzultace a kontrola průběhu práce	Digital a Social media manažer, MD														
Testovací provoz webu a e-shopu	Digital a Social media manažer, MD														
Ostrý provoz webu a e-shopu	Digital a Social media manažer, MD														
Příprava obsahu webu + fotky, videa	Production manažer														
Navázání vztahů s logistickými partnery	Logistics department														
Vyhodnocení úspěšnosti	Marketing department														



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ

AUTOR: Bc. Štěpánka Barešová

VEDOUcí PRÁCE: Ing. Barbora Joudalová, MBA

