



MARKETINGOVÝ PLÁN VYBRANÉ ORGANIZACE

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Autor: Bc. Kateřina Hübnerová

Vedoucí práce: Ing. Barbora Joudalová, MBA

Akademický rok 2016/2017

ABSTRAKT

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí. První část je nazvána teoretickou a zaměřuje se na shrnutí základních znalostí nezbytných pro tvorbu marketingového plánu. Jedná se především o poznatky z oblasti situačních analýz, strategického marketingu a tvorby marketingového mixu. Druhá část práce je nazvána praktickou a zabývá se tvorbou samotného marketingového plánu pro vybranou organizaci. Byla provedena situační analýza, na jejímž základě byly zmapovány silné a slabé stránky společnosti, ale také příležitosti a hrozby. Dále byla prozkoumána konkurence v daném odvětví. Na základě segmentace a tržního cílení byl zvolen klíčový segment, pro nějž byl sestavován marketingový mix. Cílem marketingového plánu je modifikace cenové nabídky outsourcingu mezd a zvýšení povědomí o organizaci. Cílem práce je na základě získaných dat vytvořit marketingový plán na jeden rok pro vybranou organizaci.

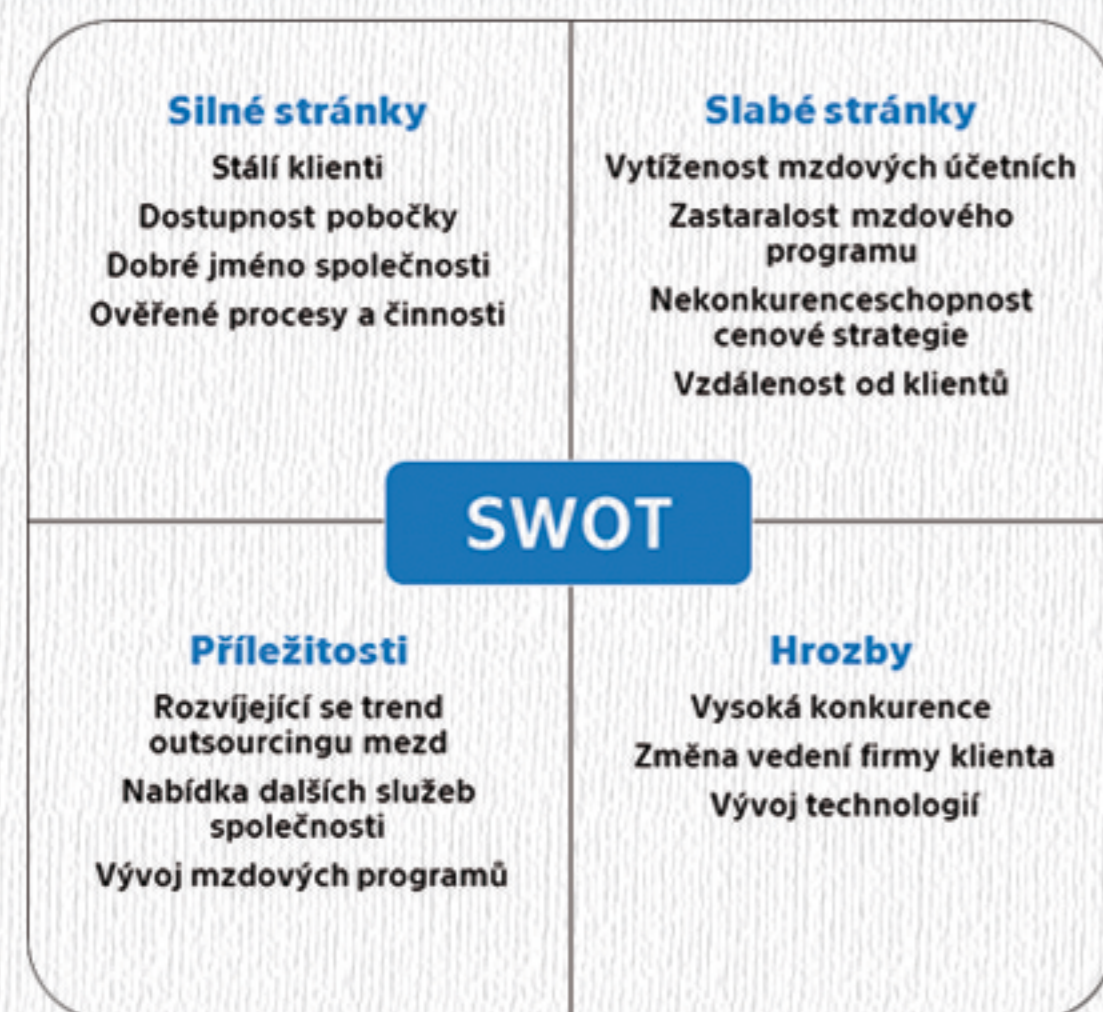
ABSTRACT

The diploma thesis is divided into two parts. The first part is titled as a theoretical and is focused on summarizing the basic knowledge which is necessary for creating a marketing plan. Primarily it is about knowledge from area of situational analysis, such as: strategic marketing and marketing mix creation. The second part is titled as the practical and deals with the creation of actual marketing plan for the selected organization. The situational analysis is conducted on the foundation which is mapping strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company. Further was examined the competition on the market. Based on the segmentation and market targeting was chosen the key segment for which was compiled the marketing mix. The purpose of the marketing plan is an offer price modification of the payroll outsourcing and increase the brand awareness about the organization. Main goal of the diploma thesis is to create a marketing plan for one year.

CÍL PRÁCE

Cílem práce je sestavit marketingový plán na jeden rok pro personální a mzdovou účtárnu pražské pobočky společnosti XY. Cílem marketingového plánu je modifikace cenové nabídky pro službu outsourcingu mzdové agendy, zároveň zvýšit povědomí o společnosti XY a navýšit počet klientů o 10%.

SWOT ANALÝZA



ROZPOČET

Položka	Měsíční náklady [Kč]	Roční rezervy [Kč]	Počet měsíců využívání činnosti	Celkové náklady na činnost /rok [Kč]
Nová cenová nabídka	0	0	1	0
Aktualizace webových stránek	0	5 000	1	5 000
Příjem mzdové účetní	33 500	10 000	12	412 000
Google Adwords reklama	14 000	2 000	3	44 000
Příjem brigádníka	5000 (DPP)	30 000 (DPČ)	6 DPP 6 DPČ	60 000
Tištěná reklama v časopise	7 500	7 500	1	15 000
Propagace formou letáků	2 812	500	1	3 312
Direct marketing	0	0	12	0
CELKOVÉ NÁKLADY [Kč]				539 312

AKČNÍ PLÁN

Aktivita	Související aktivity	Cíl aktivity	Zodpovědná osoba
Příjem mzdové účetní	Výběrové řízení, adaptace, školení	Snížení pracovního zatížení mzdových účetních	Vedoucí mzdové účtárny
Příjem brigádníka	Výběrové řízení, zaučení	Snížení pracovního zatížení brigádníků	Vedoucí mzdové účtárny
Nová cenová nabídka	Rekalkulace cen služeb mzdové agendy, úprava cenových nabídek pro nové klienty	Zlepšit pozici společnosti XY na trhu v oblasti ceny	Vedoucí mzdové účtárny, ředitel společnosti, finanční oddělení
Tištěná reklama v odborném časopise	Sepsání reklamního sdělení, výběr odborného časopisu	Propagace společnosti XY a jejích služeb v oblasti mzdové agendy	Marketingový pracovník
Propagace formou reklamních letáků	Zvolení designu a textu reklamního letáku, tisk, roznos	Propagace společnosti XY a jejích služeb v oblasti mzdové agendy	Marketingový pracovník
Direct marketing	Sestavení nabídky služeb	Zisk nových klientů	Marketingový pracovník, mzdová účetní
Aktualizace webových stránek	Zpracování návrhu na aktualizaci, zadání úkolu IT pracovníkovi	Zvýšení přehlednosti a upoutání pozornosti na služby společnosti XY	IT pracovník
Google Adwords reklama	Příprava reklamního sdělení, kalkulace cenových možností	Propagace společnosti na internetu a zvýšení počtu potenciálních klientů	Vedoucí mzdové účtárny, marketingový pracovník

PŘÍNOS PRÁCE

Marketingový plán je sestaven z důvodu dlouhodobě stagnujících zisků a klesajícího počtu klientů personální a mzdové kanceláře v Praze. Společnost XY se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí, kde by dlouhodobá stagnace mohla znamenat krach mzdového oddělení. Marketingový plán přináší návrhy řešení tohoto problému.

ZÁVĚR PRÁCE

Byl navržen marketingový plán pro společnost XY, který obsahuje modifikaci stávající cenové strategie a návrh komunikačního mixu se zaměřením na zvýšení propagace mzdového oddělení. Tím byl splněn cíl diplomové práce. Práce bude prezentována ve zkoumané společnosti jako doporučující marketingový plán s cílem zastavit stagnující situaci personální a mzdové kanceláře v Praze.

METODIKA



HARMONOGRAM

Činnosti	Začátek	Konec	Dny
Nová cenová nabídka	19.06.2017	26.06.2017	7
Aktualizace webových stránek	27.06.2017	07.07.2017	10
Příjem mzdové účetní	19.06.2017	19.09.2017	92
Google Adwords reklama	10.07.2017	10.09.2017	62
Příjem brigádníka	19.06.2017	19.07.2017	30
Tištěná reklama v časopise	10.07.2017	10.08.2017	31
Propagace formou letáků	10.07.2017	10.08.2017	31
Direct marketing	10.07.2017	19.06.2018	344

Ganttův diagram

