

# Marketingová strategie pro start-up projekt

Student: Šárka Procházková

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Akademický rok: 2017/2018

České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií



## Abstrakt



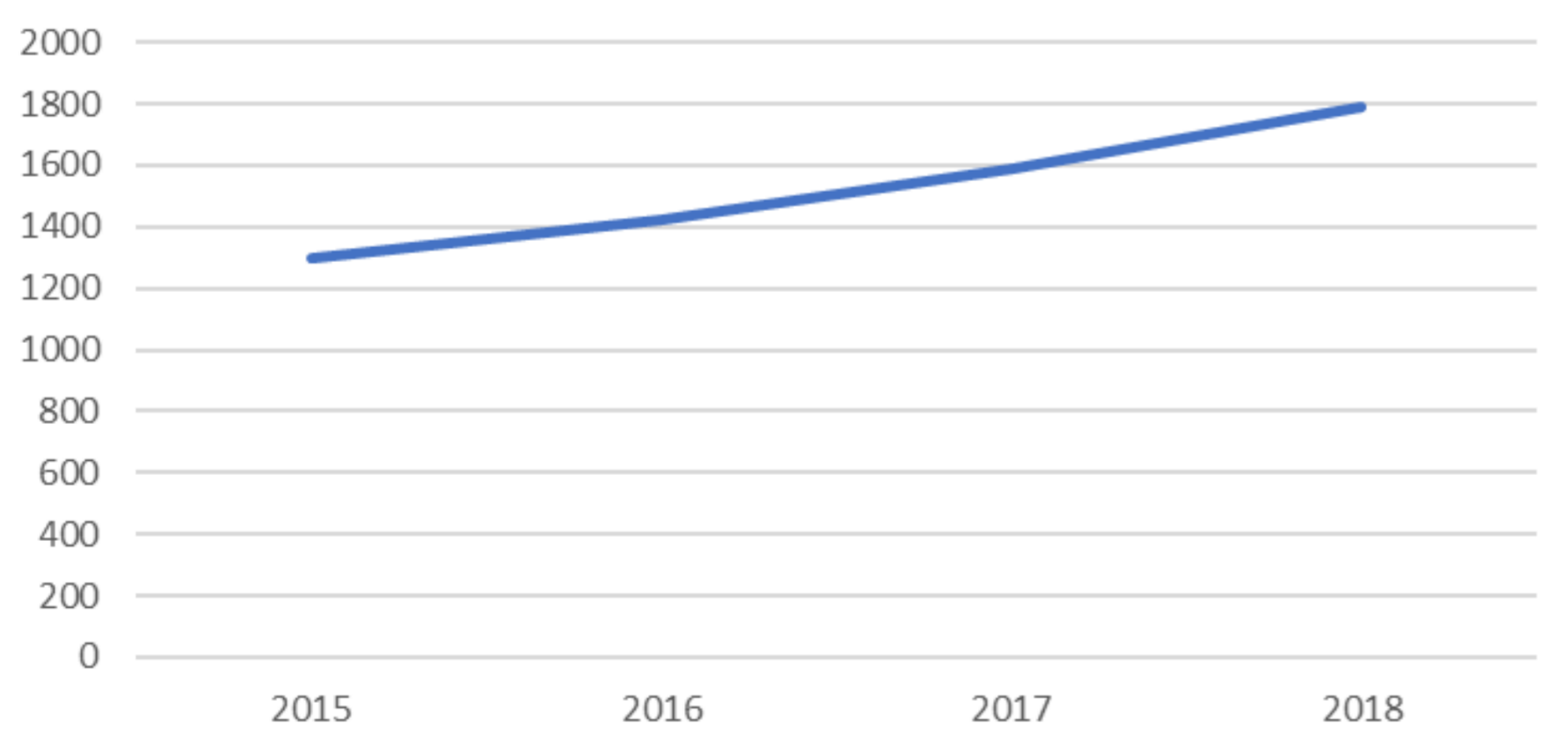
### Pedro na tripu

Start-up projekt zaměřený na cestování, poznávání nových lidí a tvoření výletů, pomocí cestovatelské platformy. Start-up projekt vznikl v roce 2017 založením společnosti s ručením omezeným s názvem Pedro na tripu s.r.o. Název Pedro na tripu vznikl v souladu několika okolností. Zakladatelé společnosti chtěli, aby název byl originální, chytlavý a obsahoval slovo, které vystihuje důvod vzniku, tedy pořádání výletů na tripu a zároveň i osobu, která je současně i logem společnosti-Pedro.

Cílem diplomové práce je nastavení marketingové strategie pro vstup nové společnosti na trh. Přínosem diplomové práce je využití nastavené marketingové strategie v praxi. Přestože společnost již byla založena na jaře 2017, na trh se svými webovými stránkami, pomocí kterých chce komunikovat se svými zákazníky, vstoupila až na jaře 2018. V diplomové práci je proto nejprve zhodnocen aktuální současný stav společnosti a její šesti měsíční testovací verze, do které je zahrnut i vývoj webových stránek. Zvolený cíl byl dosažen pomocí definování start-up projektu, jeho vize a mise a podrobné analýzy vnějšího a vnitřního prostředí společnosti, na které autor diplomové práce navazuje nastavením marketingové strategie pro následujících 12 měsíců. Marketingová strategie zvoleného start-up projektu byla nastavena definováním marketingových cílů, na které byly pomocí dotazníkového šetření doporučeny marketingové nástroje, které jsou následně podrobně stanoveny časovým harmonogramem a finančním plánem marketingové strategie.

The aim of the Masters thesis is to set up a marketing strategy for the entry of a new company into the market. The outcome of the thesis is the utilisation of the set marketing strategy in practice. Despite the fact that the company was set up in 2017, it only entered the market via its website, through which it communicates with its costumers, in spring 2018. Consequently, the thesis first evaluates the current state of the company and its six-month version, including the development of the website. The chosen aim was achieved through definition of the start-up project, its vision and mission, and a detailed analysis of its external and internal environment. This was followed by setting up of the marketing strategy for the following twelve months. The marketing strategy was set up through marketing aims. Based on these, marketing tools were recommended based on research via questionnaires. The tools were then consequently set out in detail, based on a time frame and the financial aspects of the marketing strategy plan.

Vývoj počtu start-up projektů v ČR v letech 2015-2018



Marketingový nástroj	Jednotky	Počet	Náklady				Celkem náklady
			Čas/hod	Cena/hod	Lidské zdroje	Náklady/ks	
Zveřejnění výletů		12	1	200,00 Kč	2 400,00 Kč	- Kč	2 400,00 Kč
Video		1	30	500,00 Kč	15 000,00 Kč	- Kč	15 000,00 Kč
PPC reklama		2	6	200,00 Kč	2 400,00 Kč	7 000,00 Kč	14 000,00 Kč
Anketa o doplňkových výletech		4	2	200,00 Kč	1 600,00 Kč	- Kč	1 600,00 Kč
Facebook reklama		8	2	200,00 Kč	3 200,00 Kč	1 200,00 Kč	9 600,00 Kč
RSS technologie		1	10	500,00 Kč	5 000,00 Kč	- Kč	5 000,00 Kč
Článek o proběhlých výletech		28	3	200,00 Kč	16 800,00 Kč	- Kč	16 800,00 Kč
Článek o tipech na výlety		9	4	200,00 Kč	7 200,00 Kč	- Kč	7 200,00 Kč
Článek o plánovaných výletech		4	2	200,00 Kč	1 600,00 Kč	- Kč	1 600,00 Kč
Článek o shrnutí roku 2018		1	6	200,00 Kč	1 200,00 Kč	- Kč	1 200,00 Kč
Facebook příspěvek o proběhlých výletech		28	1	200,00 Kč	5 600,00 Kč	- Kč	5 600,00 Kč
Facebook příspěvek o tipech na výlety		9	1	200,00 Kč	1 800,00 Kč	- Kč	1 800,00 Kč
Facebook příspěvek o plánovaných výletech		4	1	200,00 Kč	800,00 Kč	- Kč	800,00 Kč
Facebook příspěvek o shrnutí roku 2018		1	1	200,00 Kč	200,00 Kč	- Kč	200,00 Kč
Facebook soutěž		12	2	200,00 Kč	4 800,00 Kč	- Kč	4 800,00 Kč
Facebook příspěvek o vyhlášení soutěží		12	0,5	200,00 Kč	1 200,00 Kč	- Kč	1 200,00 Kč
Facebook příspěvek o plánovaných akcích		10	1	200,00 Kč	2 000,00 Kč	- Kč	2 000,00 Kč
Facebook příspěvek o výletu uživatele		12	1,5	200,00 Kč	3 600,00 Kč	- Kč	3 600,00 Kč
Facebook příspěvek o aktuální novince		12	2	200,00 Kč	4 800,00 Kč	- Kč	4 800,00 Kč
Vytvořit systém na sbírání bodů		1	8	200,00 Kč	1 600,00 Kč	3 000,00 Kč	4 600,00 Kč
Zpětná vazba uživatelů		28	1	200,00 Kč	5 600,00 Kč	- Kč	5 600,00 Kč
Reference uživatelů		50	0	- Kč	- Kč	- Kč	- Kč
Webový seminář		1	40	200,00 Kč	8 000,00 Kč	10 000,00 Kč	18 000,00 Kč
Online chat		1		- Kč	- Kč	48 000,00 Kč	48 000,00 Kč
Affiliate program		5	3	200,00 Kč	3 000,00 Kč	- Kč	3 000,00 Kč
Zpětné odkazy		10	4	200,00 Kč	8 000,00 Kč	- Kč	8 000,00 Kč
<b>Celkem</b>		<b>266</b>	<b>133</b>	<b>5 400,00 Kč</b>	<b>107 400,00 Kč</b>	<b>69 200,00 Kč</b>	<b>192 000,00 Kč</b>

Výnosy za marketingové nástroje

Aktivita	Jednotky	Počet	Optimistický		Realistický		Pesimistický	
			Průměrný výnos/ks	Celkem výnos	Průměrný výnos/ks	Celkem výnos	Průměrný výnos/ks	Celkem výnos
Výlet		28	10 000,00 Kč	280 000,00 Kč	5 000,00 Kč	140 000,00 Kč	2 000,00 Kč	56 000,00 Kč
Affiliate program		5	60 000,00 Kč	300 000,00 Kč	18 000,00 Kč	90 000,00 Kč	6 000,00 Kč	30 000,00 Kč
<b>Celkem</b>				<b>580 000,00 Kč</b>		<b>230 000,00 Kč</b>		<b>86 000,00 Kč</b>

Autor práce v marketingové strategii především doporučuje:

- komunikovat se zákazníky přes Facebook sociální síť
- využít blogu webových stránek
- snížit metriku okamžitého opuštění webových stránek, pomocí vytvoření motivačního videa z pořádaných výletů, a využitím PPC reklam
- získat nové finanční prostředky, ať už přihlášením této firmy do soutěží určených start-up projektům, nebo vyhledáním investorů.