



## Návrh komunikační kampaně pro vybranou organizaci

### Communication Campaign Draft Of The Selected Organization

**Autor:** Lucie Zelená

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

**Akademický rok:** 2018/2019

#### ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá sportovním marketingem a využitím nástrojů komunikace v rámci komunikační kampaně. Cílem této práce je analýza současného stavu komunikační strategie a vytvoření návrhu nové marketingové kampaně. V teoretické části je zpracován sportovní marketing, marketingový mix ve sportovním i nesportovním odvětví a komunikační mix. Praktická část se věnuje popsání marketingového mixu v rámci celkového představení klubu, dále pak marketingové sondě a poslední kapitola je věnována návrhu a doporučení nové marketingové kampaně.

#### Cíl práce:

Cílem práce je analýza současného stavu komunikační strategie a vytvoření marketingové kampaně pro sportovní organizaci.

#### Představení organizace

Logo



#### Výsledky práce:

- Klub nemá s řízenou komunikační kampaní zkušenosti → **Nastavení komunikační kampaně → Cíl: Akvizice nových členů, informování stávajících členů**
- Sportovní klub nevyužívá potenciál sociálních sítí → **Zapojení sociálních sítí**
- ✓ Akvizice nových členů probíhá přes vzdělávací instituce → **Udržovat kontakty se školami nabízející naše služby, posílit komunikaci**
- ✓ Webové stránky odpovídají dnešním standardům → **Posílit obsah – rozhovory s trenéry, s hráči**

#### ABSTRACT

The bachelor thesis deals with sports marketing and use of communication tools within the communication campaign. The aim of the thesis is to analyze the current state of communication strategy and create a new marketing campaign. In the theoretical part is processed sport marketing, marketing mix in sport and non-sport branch and communication mix. The practical part is devoted to the description of the marketing mix within the overall introduction of the club, the marketing probe and the last chapter is devoted to the design and recommendation of a new marketing campaign.

<b>Vize</b>	Vést hráče k zodpovědnosti a zdravému životnímu stylu. Trenéři si stojí za tím, že děti musí odcházet „zdravé, spokojené a zpocené“.
<b>Mise</b>	Sport musí přinášet radost do života. Posláním je předat dětem znalost zdravého pohybu, umění fungovat v rámci týmu a mít vztah k fair play.
<b>Hodnoty</b>	Kvalita trenérů, rozmanitost pohybových aktivit, týmová spolupráce
<b>Slogan</b>	„We are grater than I.“

	Současný stav	
	Online	Offline
<b>Reklama</b>	Ne	Ano
<b>PR</b>	Ne	Ano
<b>Event marketing</b>	Ne	Ne
<b>Podpora prodeje</b>	Ne	Ne
<b>Osobní prodej</b>	---	Ano
<b>Influencer marketing</b>	Ne	Ne
<b>Facebook</b>	Ano	---
<b>Instagram</b>	Ano	---
<b>Youtube</b>	Ano	---
<b>Webové stránky</b>	Ano	---

	Návrh			
	Online	Offline	Opatření	Rozpočet
<b>Reklama</b>	Ne	Ano	Rozhovor v časopise	500,-Kč
			Tisk letáku + plakátů	2.000,-Kč
			Vylepování plakátů	2.000,-Kč
<b>PR</b>	Ne	Ano	Pronájem prostor (vč. vybavení)	3.600,-Kč
<b>Event marketing</b>	Ne	Ne	---	---
<b>Podpora prodeje</b>	Ne	Ano	Náklady na soutěže v rámci FA	1.000,-Kč
			Speciální edice - trika (200ks)	18.000,-Kč
<b>Osobní prodej</b>	---	Ano	Ukázka tréninku	10.000,-Kč
<b>Influencer marketing</b>	Ne	Ne	---	---
<b>Online marketing</b>	Ano	---	Facebook	1.500,-Kč
			Instagram	1.200,-Kč
			Youtube	0,-Kč
			Webové stránky	5.000,-Kč
<b>Celkem</b>				44.800,-Kč

#### Použitá literatura:

ČÁSLAVOVÁ, Eva. Management a marketing sportu. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.

KARLÍČEK, Miroslav a Petr KRÁL. Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3541-2

KOTLER, Philip a KELLER Kevin Lane, 2012. Marketing management. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada. ISBN 978-80-247- 4150-5.