

Podpora prodeje vybrané společnosti

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií

Aneta Granátová Akademický rok: 2018/2019
Vedoucí práce: Ing. Štěpánka Frýbová Uličná, Ph.D.

Abstrakt

Předmětem této bakalářské práce je analýza podpory prodeje agentury Gate. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. První část je teoretická, která se zabývá podporou prodeje, cíli, výhodami a nevýhodami a průběhem kampaně. Druhá část je praktická, která představuje agenturu Gate a zahrnuje veškeré informace o tom, čím se zabývá. V této části je také podrobně popsána vybraná kampaň podpory prodeje. Průzkum kampaně a případné návrhy na její zlepšení byly vyhodnoceny v poslední části této práce.



Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je navržení efektivnějšího způsobu podpory prodeje a zvýšení prodeje

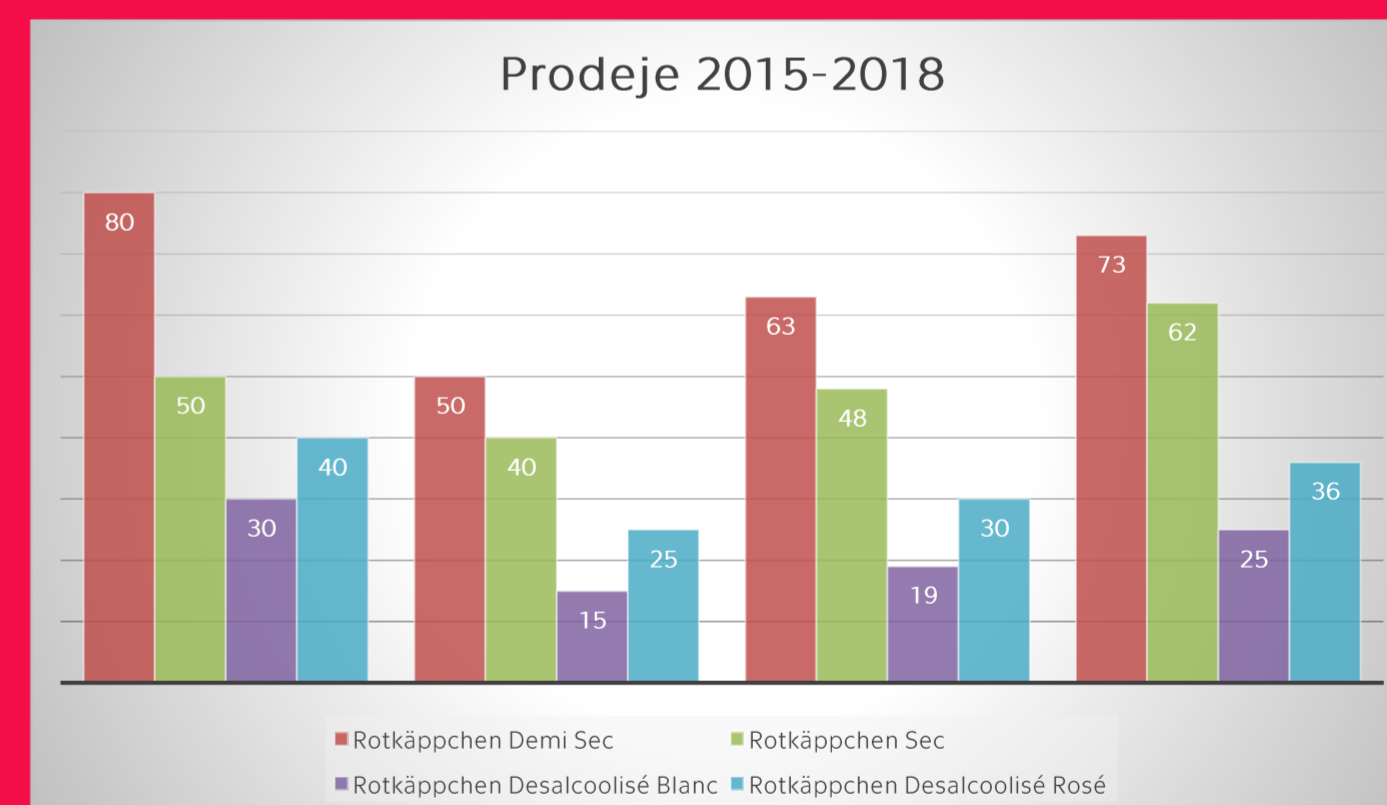
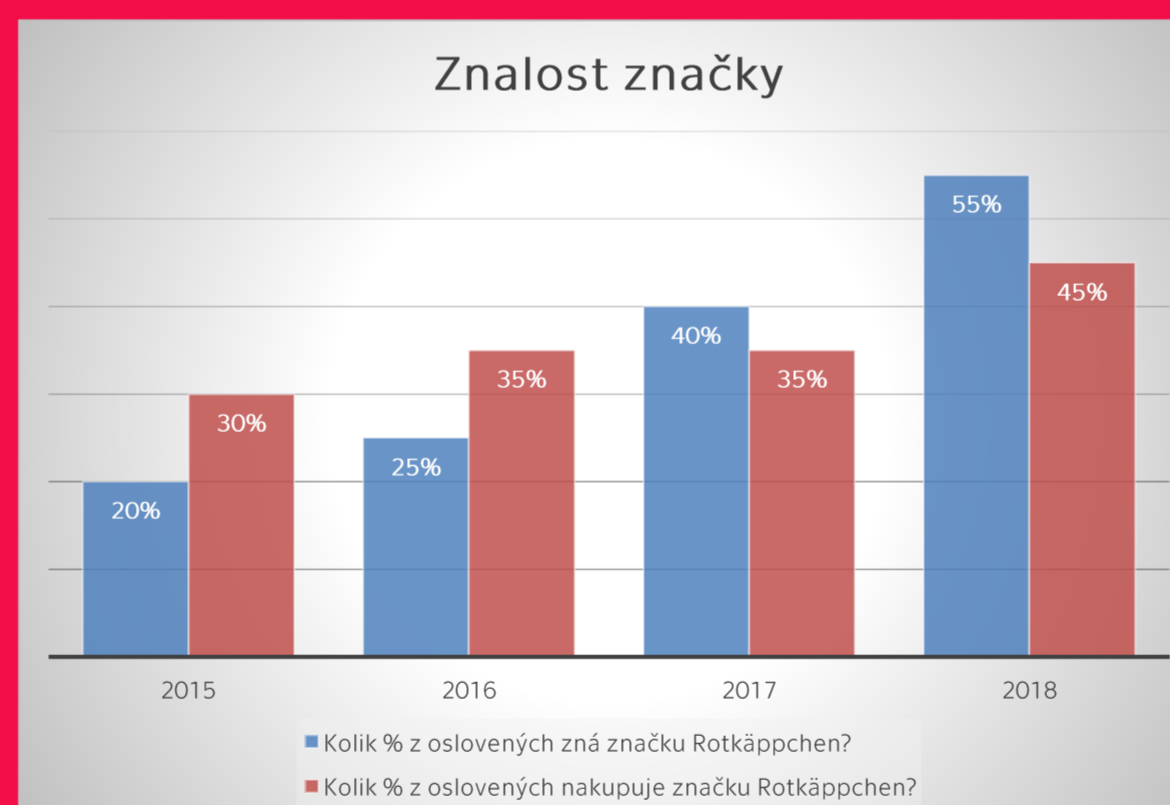
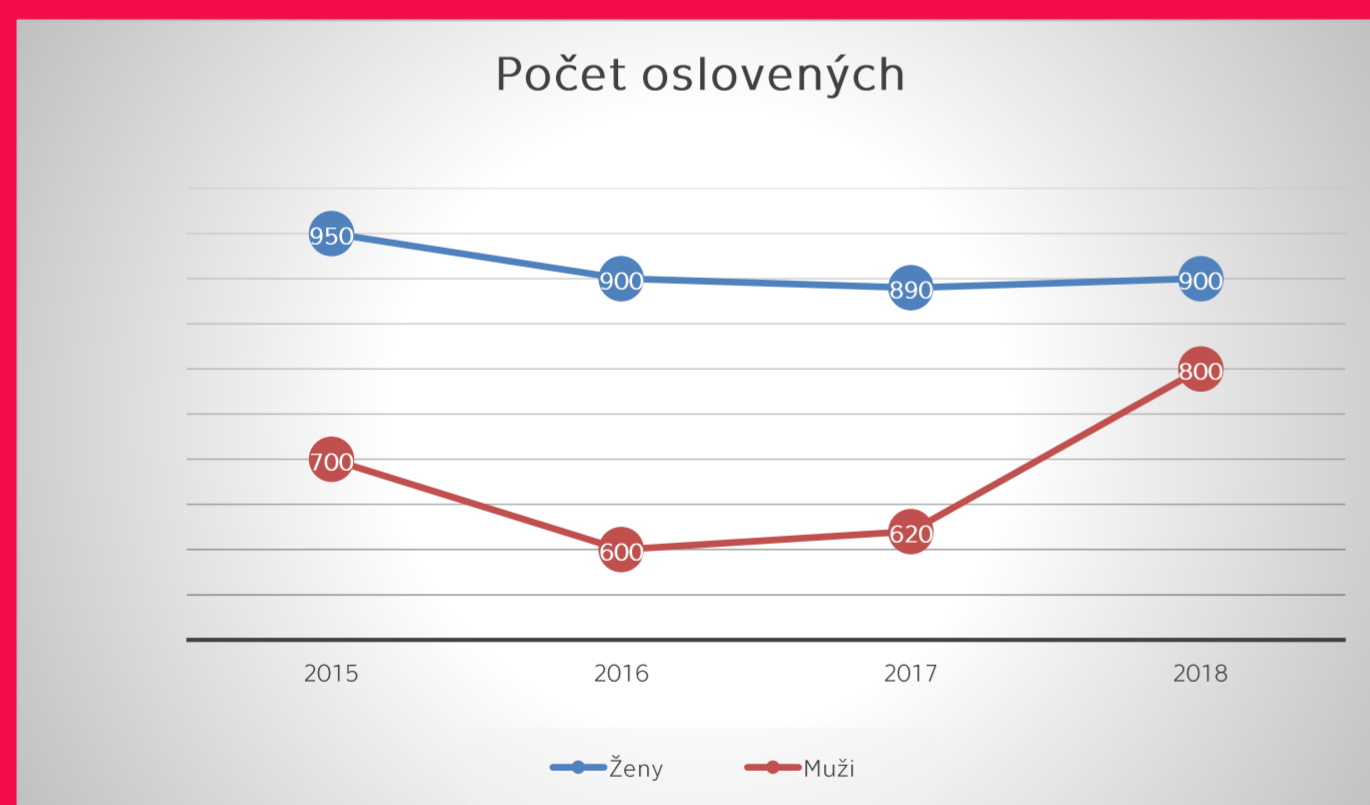
Průzkum

Výzkumná otázka: Jaká je známost značky Rotkappchen?

Abstract

The subject of this bachelor thesis is the analysis of sales support of Gate agency. The thesis is divided into theoretical and practical part. The first part is theoretical, which deals with sales promotion, goals, advantages and disadvantages and the course of the campaign. The second part is practical, which presents Gate agency and includes all the information the agency deals with. This part also describes sales promotion product of the selected campaign. The campaign survey and possible suggestions for improving this campaign were evaluated in the final part of the thesis.

Hodnocení



Návrh na zlepšení

- **Sampling** – v létě rozdávání vzorků na ulicích a zastávkách autobusů
- **Podpora v místě prodeje (POS)** – zaměření na to, aby hosteska vždy stála u vystaveného zboží, aby zákazník věděl, kde produkt v obchodě nalezne
- **Event akce a sponzoring** – více se zúčastňovat různých event akcí jako je Prague Food Festival, sponzorovat více akcí pomocí welcome drinku, jako tomu bylo na Harfě na letní scéně
- **Cenové akce** – slevové akce na Valentýna, na 1. máje, na den matek, na Vánoce a další významné dny
- **Soutěže** – vytvořit více soutěží, kde by lidé mohli soutěžit o pobyty v Drážďanech nebo v českém hotelu
- **Dárek k nákupu** – pokud zákazník nakoupí láhev sektu na Valentýna, dostal by zdarma od hostesky i červenou růži a další podobné dárky
- **Věrnostní program** – vytvořit věrnostní program jako má česká konkurence sektů, kde by zástupci značky komunikovali přímo se zákazníkem