



KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ VYBRANÉHO PODNIKU

DŮM ZDRAVÍ "U PRAMENE" V CENTRU PODĚBRAD

ABSTRAKT:

Cílem diplomové práce je navrhnout komunikační kampaň s využitím media plánu. Návrh této komunikační kampaně zefektivní komunikaci vybraného podniku s jeho zákazníky. Vybraným podnikem je Dům zdraví "U Prameně" a.s. sídlící v centru Poděbrad a nabízející komerční prostory k pronájmu. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část popisuje a definuje marketingové pojmy spojené s tématem diplomové práce. V praktické části jsou všechny odborné poznatky aplikovány na vybraný podnik. Součástí tohoto úseku je také marketingový výzkum, který odpovídá na předem stanovené výzkumné otázky. Na konci praktické části je vypracovaná nová komunikační kampaň. Tato zrealizovaná kampaň bude přínosem pro vybraný podnik.

MEDIA PLÁN:

Název činnosti	Datum zahájení	Datum ukončení	Cena (Kč)	Tvůrce
Příprava podkladů pro kampaň	09/01/20	09/08/20		
Nalocení objektu	09/01/20	09/03/20	7000	Fotograf
Tvorba textu	09/01/20	09/03/20	0	DZ
Vytvoření designu a loga	09/04/20	09/08/20	45 000	Externista
Příprava reklamy	09/10/20	09/16/20		
Tisk letáků	09/10/20	09/14/20	2 600	Externista
Výroba a instalace plachty	09/10/20	09/16/20	27 459	Externista
Nákup roll upů	09/10/20	09/11/20	8 400	DZ
Objednání billboardů	09/10/20	09/10/20	26 000	DZ
Objednání a tisk vizitek	09/10/20	09/15/20	628	Externista
Objednávka reklamy do místních novin	09/10/20	09/10/20	10 400	DZ
Příprava Online marketingu	09/14/20	10/05/20		
Design nového webu	09/14/20	10/05/20	48 000	Externista
Optimalizace webu a nastavení PPC reklamy	09/14/20	10/05/20	0	Externista
Úprava Facebooku	09/14/20	09/16/20	0	DZ
Příprava inzerátu na Bezrealitky.cz	09/17/20	09/19/20	0	DZ
Příprava přímého marketingu	09/20/20	09/22/20		
Příprava textu do emailů	09/20/20	09/21/20	0	DZ
Odesnutí letáku na Českou poštu	09/21/20	09/21/20	0	DZ
Příprava event marketingu				
Příprava dnu otevřených dveří pro zájemce	10/01/20	10/12/20	0	DZ
Příprava dnu otevřených dveří pro veřejnost	01/20/21	01/22/21	0	DZ
Spuštění komunikačních nástrojů	10/06/20	04/12/21		
Spuštění webových stránek	10/06/20		0	DZ
Spuštění PPC reklamy	10/06/20	04/06/21	21000	Externista
Roznos letáků	10/06/20	11/06/20	7200	Externista
Rozesílání emailů	10/06/20	01/06/21	0	DZ
Spuštění billboardů	11/08/20	12/08/20	0	Externista
Reklama v lokálních novinách I	11/30/20	12/07/20	0	Externista
Dny otevřených dveří pro zájemce	12/10/20	12/10/20	3600	DZ
Inzerát na Bezrealitky.cz	10/12/20	04/13/21	1200	Externista
Reklama v lokálních novinách II	01/04/21	01/11/21	0	Externista
Dny otevřených dveří pro veřejnost	01/22/21	01/22/21	7 600	DZ
Sponzoring	12/31/20	12/31/20	5000	DZ

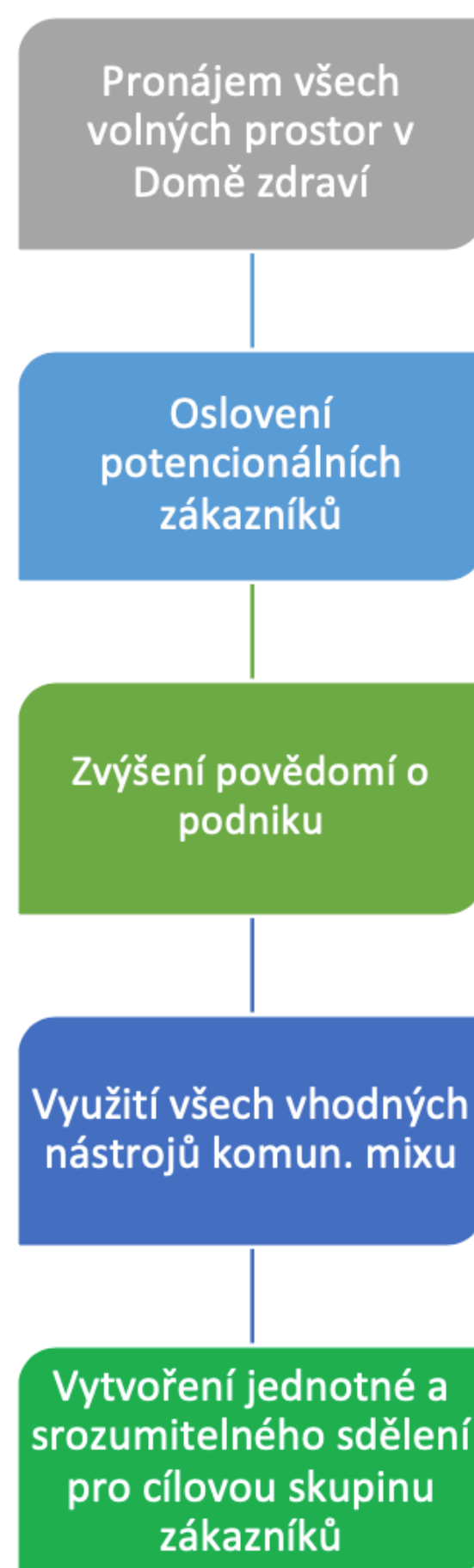
NÁVRH NOVÉHO WEBU:



ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ
STUDIJNÍ PROGRAM: Projektové řízení inovací

CÍLE KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ

Hlavním cílem je pronájem všech volných prostor, které se v Domě zdraví nachází, skrz komunikační kampaň do konce první poloviny roku 2021.



ZÁVĚR:

Z online dotazníku vyplynulo, že respondenti Dům zdraví neznají. Z odpovědí bylo rovněž zjištěno, že by podnik měl komunikační nástroje využívat lépe - především online marketing. Tvorba kampaně také upevnila vztahy se současnými nájemníky. Dokonce se někteří do kampaně chtějí připojit a finančně přispět.

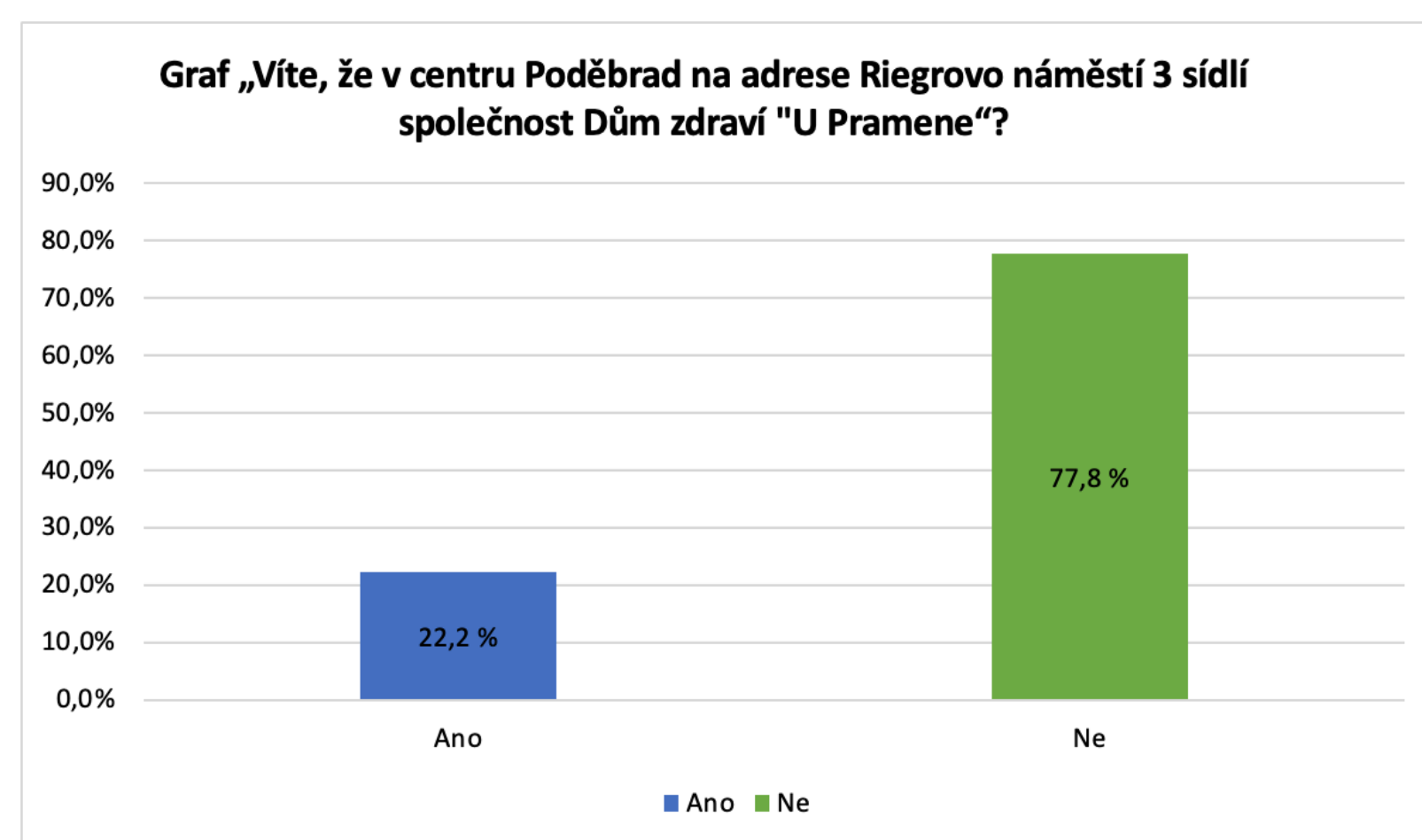
POUŽITÁ LITERATURA:

- KARLÍČEK, Miroslav. Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
- KOTLER, Philip. Moderní marketing: 4. evropské vydání. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ. Reklama: jak dělat reklamu. 4., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN

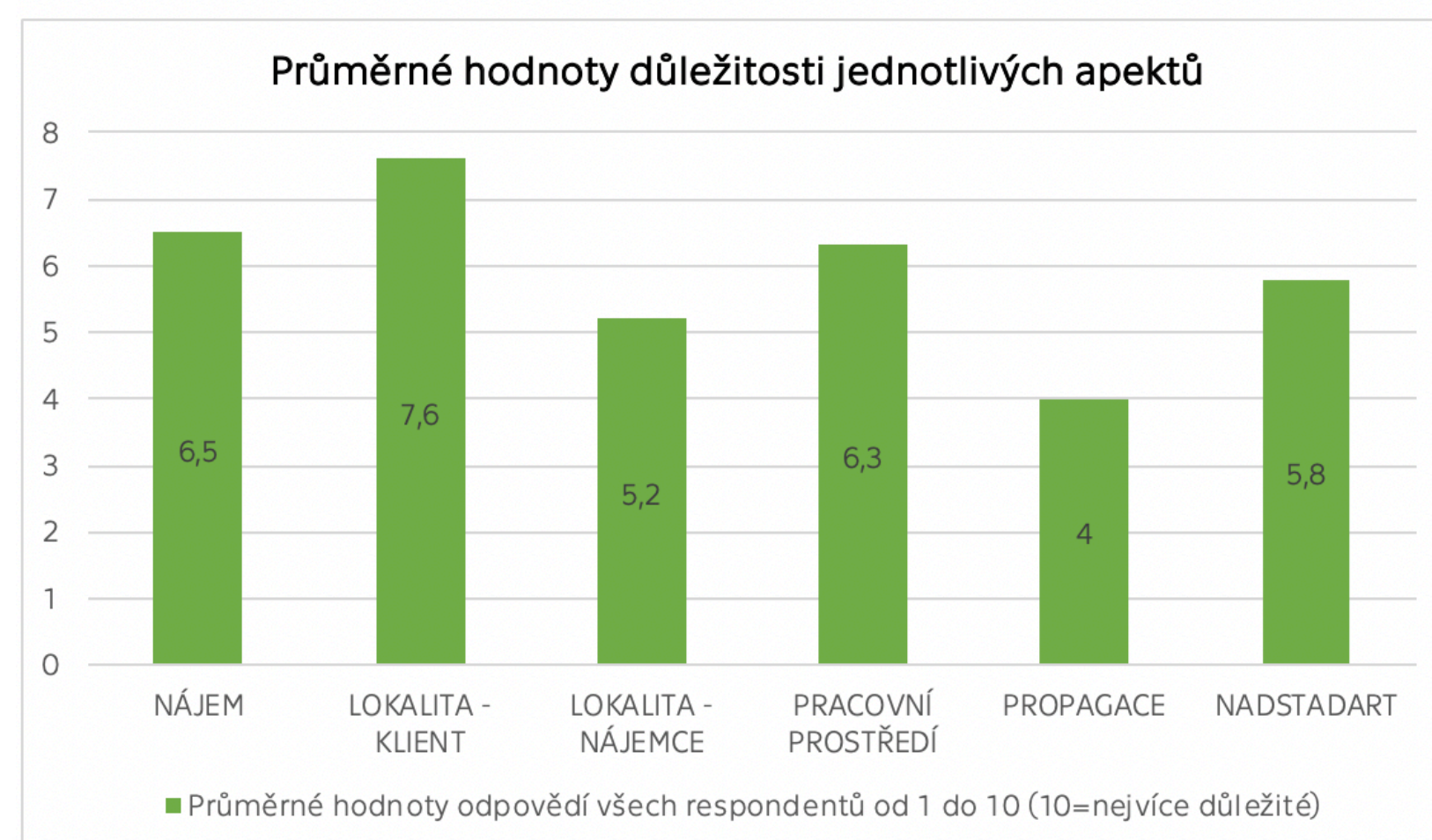
ABSTRACT:

The master's thesis aims to create a new communication campaign with the marketing media plan. This communication campaign will make communication with customers more effective. The chosen company is named Dům zdraví "U Prameně" located in the center of small city Poděbrady. This company offers commercial space for rent. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part describes and defines marketing terms related to the topic of the thesis. The knowledge gained in the previous part is implemented in the second part. There is also the marketing research that answers pre-set research questions. The new communication campaign is created at the end of the practical part. This communication campaign will be a benefit to the

ODPOVĚDI 27 RESPONDENTŮ NA VÝZKUMNOU OTÁZKU:



DŮLEŽITOST ASPEKTŮ PŘI ZMĚNĚ MÍSTA PODNIKÁNÍ:



9 ZÁKLADNÍCH KROKŮ PŘI TVORBĚ KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ

- DŮVOD REALIZACE KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ
- ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE PODNIKU
- CÍLE KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ
- CÍLOVÁ SKUPINA
- KOMUNIKAČNÍ SDĚLENÍ
- NÁSTROJE KOMUNIKAČNÍHO MIXU
- ROZPOČET KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ
- HARMONOGRAM KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ + MEDIA PLAN
- KONTROLA A VYHODNOCENÍ KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ

DIPLOMOVÁ PRÁCE (2019/2020)
AUTOR PRÁCE: Lukáš Koděra
VEDOUCÍ PRÁCE: Ing. Petra Králová, Ph.D.