

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Online marketingová komunikace v eventové agentuře Online marketing communication in event agency

Kristýna Zahradníčková, Projektové řízení inovací, 2020

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje tématu online marketingové komunikace eventové agentury Party Rebels. Teoretická část obsahuje teoretická východiska pro zvolené téma. Detailně se věnuje pojmům, jako jsou: online marketingu, online komunikační mix, event marketing, trendy online marketingové komunikace a tvorba komunikační kampaně. Praktická část zahrnuje charakteristiku konkrétní eventové agentury, analýzu současného stavu, marketingový průzkum v podobě dotazníkového šetření a strukturovaného rozhovoru s jednatelkou agentury, návrh komunikační kampaně v online prostředí a plán vyhodnocení navrhované kampaně. Návrh komunikační kampaně agentuře přinese zvýšení povědomí o nabízených službách, ovlivnění postojů k nabízeným službám u cílového zákaznického segmentu zvýšení tržeb a budování loajality vůči agentuře.

Abstract

This diploma thesis deals with the topic of online marketing communication of the event agency Party Rebels. The theoretical part is focused on the concepts such as: online marketing, online communication mix, event marketing, trends in online marketing communication and creation of a communication campaign, all the above is explained in detail. In the practical part, there are characteristics of the selected agency and analysis of current situation described, followed by the marketing re-search in form of a questionnaire, structured interview with the CEO of the agency, communication campaign proposal and its evaluation plan. The proposal should lead to the general raise of public awareness about the offered services, positive influence of the target customer, income increase and customer loyalty in the selected agency.

CÍL: Cílem DP je analyzovat online marketingovou komunikaci, kterou uplatňuje vybraná společnost, navrhnout inovační řešení a následně je vyhodnotit

PŘÍNOS: Přínosem DP jsou návrhy inovačních řešení pro zefektivnění marketingové komunikace, která povedou ke zvýšení povědomí o vybrané společnosti.

OBSAH:

- 1 ONLINE MARKETING A JEHO TRENDY
- 2 EVENT MARKETING
- 3 NASTAVENÍ ONLINE MARKETINGOVÉ KAMPANĚ
- 4 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI
- 5 ANALÝZY SOUČASNÉHO STAVU
- 6 NÁVRH ONLINE MARKETINGOVÉ KAMPANĚ
- 7 VYHODNOCENÍ

METODIKA:

Návrh kampaně vychází z výstupů, které byly zjištěny prostřednictvím dotazníkového šetření, strukturovaného rozhovoru s jednatelkou společnosti a také z analýzy současného stavu. Analýza hodnotila jak současného marketingové aktivity, tak vnitřní a vnější prostředí společnosti.

KOMUNIKAČNÍ CÍLE NAVRHOVANÉ KAMPANĚ:

- 1) Zvýšit povědomí o značce
- 2) Změnit postoj vnímání služeb společnosti
- 3) Zvýšit tržby společnosti
- 4) Vybudovat loajalnost ke značce

KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE NAVRHOVANÉ KAMPANĚ:

- 1) Sociální sítě Facebook, Instagram, Tik Tok
- 2) Webová prezentace (SEO, aktualizace portfolia)
- 3) Newsletter
- 4) Soutěže na sociálních sítích
- 5) Propagované příspěvky na sociálních sítích
- 6) Tvorba E-shopu
- 7) Možnost uživatelského účtu na e-shopu
- 8) Tvorba blogu (organizace eventů)