

# Marketingový management Rádia Relax

Antonín Merta

Masarykův ústav vyšších studií, ČVUT v Praze

Vedoucí práce: doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc.

Rok: 2021



## Abstrakt

Bakalářská práce se bude zabývat analýzou marketingového managementu konkrétního rádia s přesahem do vybraných pojmů marketingu a managementu s cílem určit možné optimalizace procesů pro budoucnost Rádia Relax. Teoretická část zobrazuje základní pojmy z oblasti marketingu a marketingového managementu čerpané z dostupných literárních nebo internetových zdrojů, dále marketingové postupy, marketingový a komunikační mix a v neposlední řadě marketingové strategie. Praktická část je založena na analýze elektronických dat, dokumentů, informací získaných pomocí marketingových metod jako jsou analýzy SWOT, PESTLE, dostupných informací o rádiích a krátkém dotazníkovém šetření a následném doporučení, co je potřeba změnit pro dosažení lepší optimalizace a zkvalitnění služeb Rádia Relax vzhledem ke konkurenci.

## English summary

The bachelor's thesis will deal with the analysis of marketing management of a specific radio with overlap into selected concepts of marketing and management to determine possible process optimizations for the future of Rádio Relax. The theoretical part shows the basic concepts of marketing and marketing management drawn from available literary and Internet sources, as well as marketing procedures, marketing, and communication mix, and, last but not least, marketing strategies. The practical part is based on the analysis of electronic data, documents, information obtained using marketing methods such as SWOT and PESTLE analysis, available information about radios, and a short questionnaire survey and subsequent recommendations on what needs to be changed to achieve better optimization and quality of Radio Relax services due to competition.

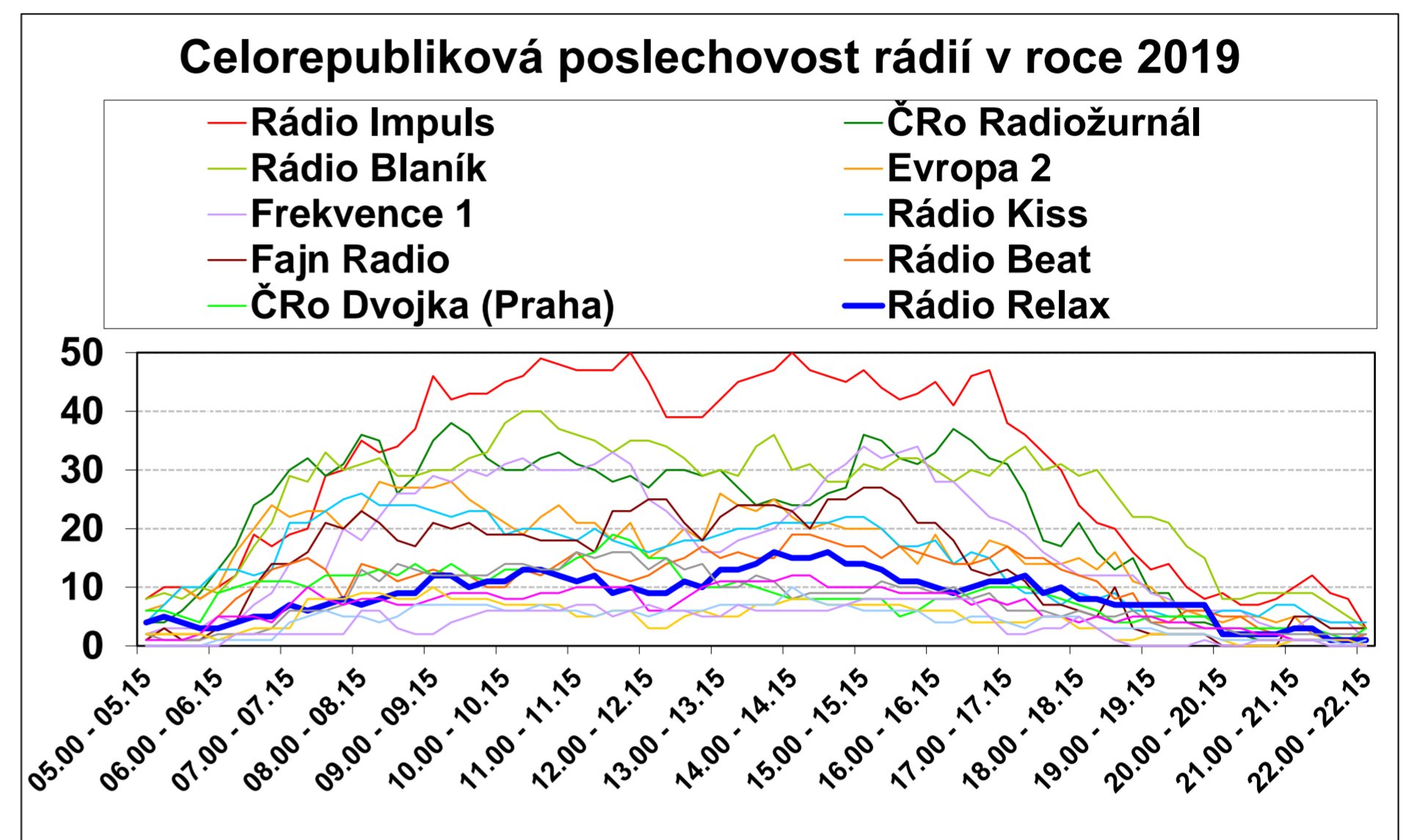
## Cíl práce

Analýzovat soukromou rozhlasovou stanicí Rádio Relax z marketingového pohledu, pomocí vhodných marketingových nástrojů, souběžně se zabývat managementem této společnosti a v neposlední řadě se zabývat jeho pozicí ve vztahu ke konkurenci jednotlivých rozhlasových stanic na mediálním trhu. Kýženým cílem práce bylo doporučit rádiu optimální marketingové a mediální postupy vedoucí ke zvýšení počtu posluchačů ve všech regionech, kde Rádio Relax působí.

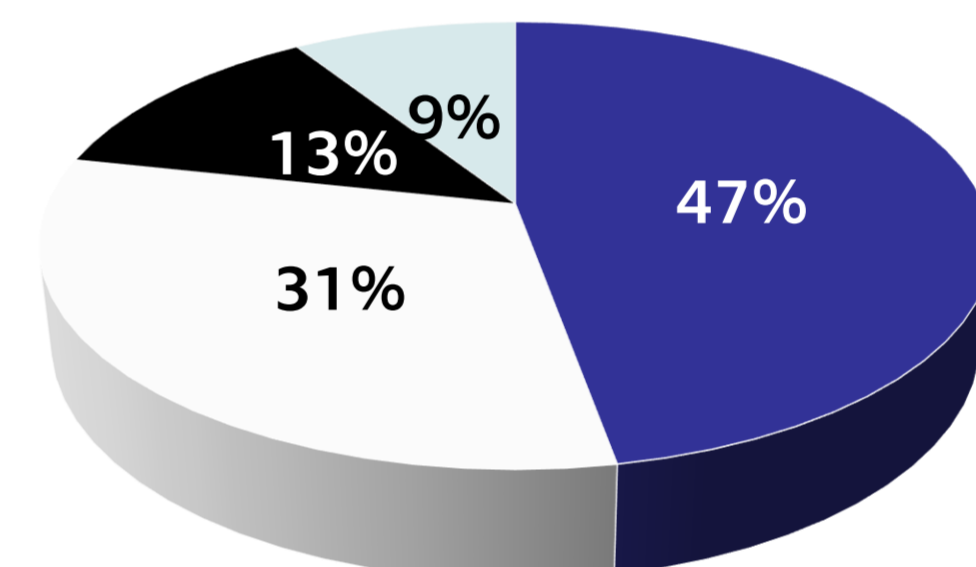
## Metodika

Data s informacemi potřebnými k provedení analýzy marketingového managementu a konkurence Rádia Relax byla čerpána z interních materiálů firmy společně s provedeným dotazníkovým šetřením a veřejných zdrojů informací. V práci byla představena samotná společnost, její historie, logo s vizí, misí a hodnotami, prostředí firmy, SWOT a PESTLE analýzy, marketingový mix 4P, analýza konkurence za pomoci interních materiálů společnosti, zároveň s tím také proběhlo dotazníkové šetření zaměřené především na aspekt konkurence, komunikačních prostředků a marketingových kanálů komunikace, která byla v další části práce optimalizována ve směru sociálních sítí a webových stránek srovnáním s modelovým rádiem z prostředí jejich konkurence a následným vyhotovením zjednodušeného marketingového plánu a finančního rozpočtu pro rok 2021.

## Výsledky



### Komunikace rádia s posluchači?



- Přímo skrze vysílání přes mnou zvolené médium Sociální sítě (Facebook, Instagram, YouTube...)
- Webové stránky rádií
- Eventy (Promo akce s programem, Společenské akce - ples)

### Marketingový finanční rozpočet pro rok 2021

Spuštění webových stránek (Prosinec 2020–Leden 2021)	55 600,-
Velká valentýnská soutěž (Únor)	60 500,-
Produkční náklady na přípravu plesu (Únor)	27 500,-
Akce s partnery dle náročnosti (Březen)	70 000,- až 100 000,- (Dle náročnosti)
Billboardová + letáková + rozhlasová kampaň (Březen)	35 000,- + 13 000,- + 0,-
Velikonoční event (Duben)	16 000,-
Produkční náklady na připravovanou červnovou soutěž (Květen)	9 000,-
Regionální deníky + rozhlasová kampaň + narozeninová soutěž (Červen)	0,- (Barter – Deníky) + 0,- (Rozhlasová kampaň) + 20 000,- (Narozeninová soutěž)
Produkční náklady prázdninové soutěže a příprava „Prvňáčka roku“ (Červenec a srpen)	12 000,-
Náklady na soutěž pro prvňáčka (Září)	2 000,-
Billboardová + letáková + rozhlasová kampaň (Říjen)	14 000,- + 8 000,- + 0,-
Produkční náklady na přípravu velké vánoční soutěže (Listopad)	12 000,-
Realizace velké vánoční soutěže (Prosinec)	50 000,- + Barter (Partneři Rádia Relax)
<b>Celkem</b>	<b>404 600,-</b>

## Závěr

Hlavní cíl a dílčí cíle práce byly splněny na základě analýzy celorepublikové poslechovosti rádií v roce 2019, díky které byla stanovena konkurence Rádia Relax, kde se ukázalo, že s poslechovostí není problém ani vzhledem k jednomu z největších tržních lídrů - Evropě 2. Dalším klíčovým zjištěním bylo, že respondenti odpovídající na dotazník by zvolili jako 2. a 3. nejpreferovanější způsob komunikace sociální sítě a web rádia. Tento fakt nakonec vedl ke srovnání zmiňovaných kanálů s rádiem Evropa 2, následné optimalizaci díky srovnání a navržení zjednodušeného marketingového plánu i s finančním rozpočtem pro rok 2021, pomocí kterých Rádio Relax dosáhne zvýšení počtu svých posluchačů a příznivců v celorepublikovém měřítku.