

Influencer marketing dětské a kojenecké výživy společnosti Nestlé v prostředí Instagramu

Akademický rok 2020/2021

Autorka práce Nikola Korychová

Vedoucí práce Ing. Dagmar Skokanová, PhD.

Pracoviště ČVUT, Masarykův ústav vyšších studií,
Oddělení manažerských studií

Studijní obor Projektové řízení inovací



Abstrakt

Tato diplomová práce pojednává o influencer marketingu a jeho využití jako marketingový nástroj. Cílem práce je analyzovat současný stav influencer marketingu divize dětské a kojenecké výživy společnosti Nestlé, vyhodnotit ho a navrhnout doporučení ke zlepšení. V teoretické části je nejprve vymezen pojem marketing a jeho tradiční pojetí. Dále je představen pojem influencer marketing a jak se s nástupem doby internetu mění nejen marketing, ale i postoj spotřebitelů vůči médiím. Z teoretické části vychází praktická část, kde byla pomocí sekundárních dat z kampaní a primárních dat vlastního výzkumu navržena doporučení, jak by společnost měla vytvářet kampaně s využitím influencerů.

Abstract

This diploma thesis describes influencer marketing and its use as a marketing tool. This thesis aims to analyse the current situation of influencer marketing of the baby and infant nutrition division of the company Nestlé, evaluate it, and propose recommendations for improvement. There is also explained the idea of influencer marketing, the development of marketing, and consumers' attitude towards the media during the development of the Internet. The practical part is based on the theoretical part. The secondary data obtained from the former campaigns and the primary data obtained from the own marketing research are used to suggest recommendations on how the company should create campaigns using influencers.