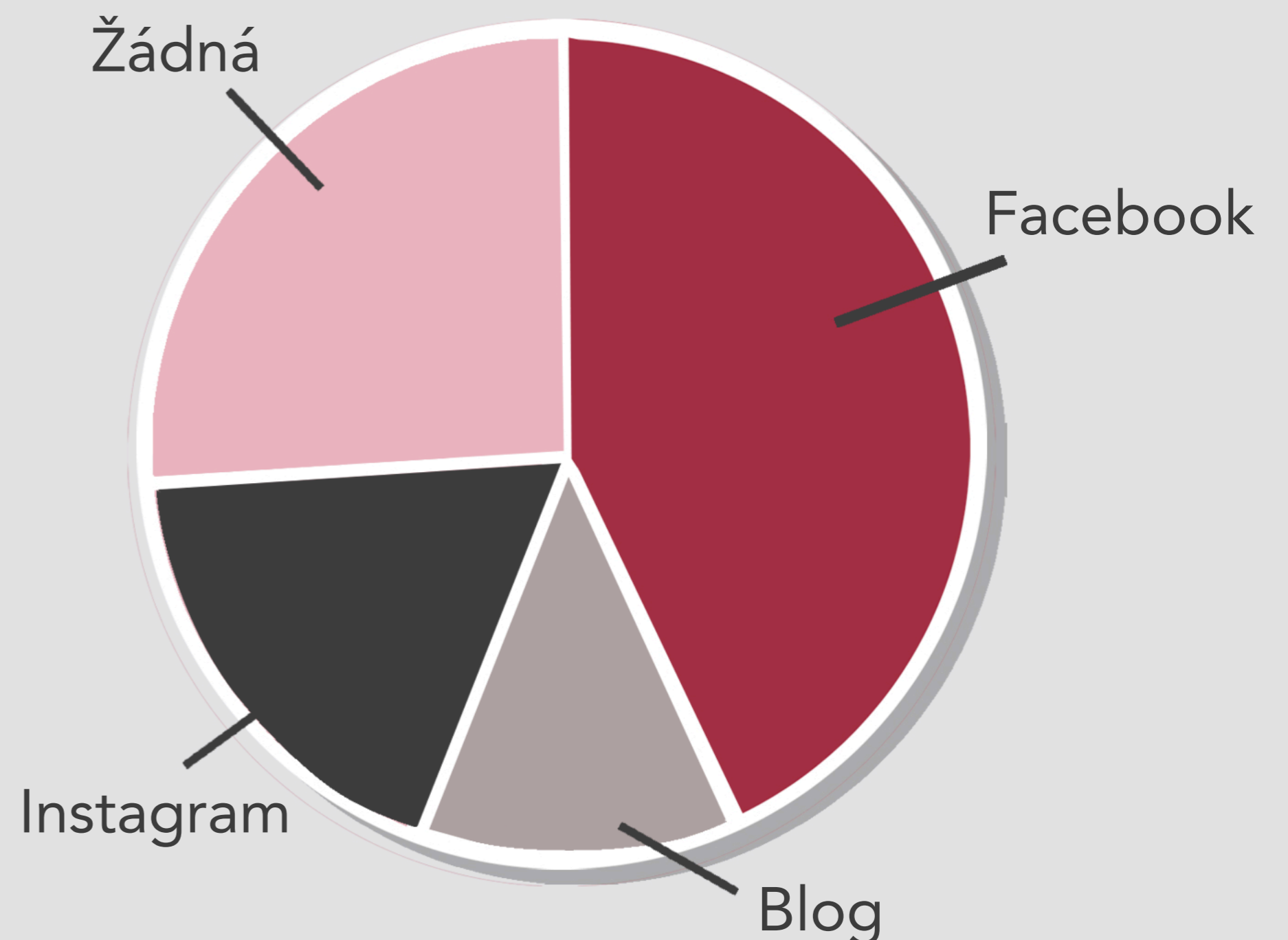


ROLE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ V MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI FIRMY

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá analýzou a rolí sociálních sítí v marketingové komunikaci firmy. Konkrétně je zaměřena na společnost Form Factory s.r.o. Podkladem pro teoretickou část bakalářské práce byla prostudovaná dostupná literatura z oblasti marketingu a online marketingu. Praktická část představuje aplikaci těchto teoretických konceptů, doplněných informacemi získanými jako zaměstnanec společnosti. Cílem je navrhnouti kampaně pro vybranou sociální síť a shrnutí celkového působení společnosti na sociálních sítích.

Sledovanost sociálních sítí společnosti:



CENA ZA DEN CENA CELKEM

Propagace na Instagramu	100,- Kč	1000,- Kč
Náklady na osobního trenéra	600,- Kč	4800,- Kč
Náklady na dárek		300 - 500,- Kč
Grafické zpracování příspěvku		1000 - 1500,- Kč
Cena celkem od 7100,- do 7800,-		

ZÁVĚR

Marketingová komunikace skrze sociální sítě je jedna z možností, jak v oblasti marketingu uspět za příznivou cenu. V praxi se ukázalo, že ačkoliv jsou sociální sítě Form Factory často a kvalitně aktualizovány, nemají příliš vysoký konverzní poměr, proto jsem se rozhodla navrhnout kampaň, která by měla zvýšit povědomí a zapříčinit samovolné šíření sociální sítě mezi sledujícími.



ABSTRACT

The role of social networks in marketing communication of a company is steadily increasing. In this thesis the focus is specifically on the company Form Factory s.r.o. The theoretical section is a synthesis of theoretical knowledge available from literature. The practical section represents application of these theoretical concepts, supplemented by practical information gained as an employee of the subjected company. The aim is a summary of Form Factory's social network presence and a design of a new social network campaign.

