

Budování zákaznické loajality v kulturním a zábavním sektoru

ČVUT, Masarykův ústav vyšších studií



MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE

Autor práce:
Vedoucí práce:
Studijní program:
Akademický rok:

Lukáš Nevídal
Ing. arch. Ing. Petr Štěpánek, Ph. D.
Ekonomika a management
2020 / 2021

Abstrakt

Hlavním tématem této bakalářské práce je budování zákaznické loajality v kulturním a zábavním sektoru. Konkrétně se zaměří na obecné poznatky, které se pojí s budováním zákaznické loajality jako takové a souběžně je bude kombinovat s informacemi, které jsou specifické pro zvolený sektor. Samotné zaměření na kulturní a zábavní sektor je dále zúženo na okruh českých kin a multikin. Další část bude pracovat s myšlenkou věrnostních programů jakožto nástroje, který podporuje zákaznickou věrnost. Zároveň analyzuje některé z funkčních věrnostních programů, které jsou provozovány v kinech a multikinech na území České republiky. Všechny interpretované informace budou posléze v praktické části využity pro sestavení marketingového plánu, který se zaměří na formulaci a vytvoření ideálního věrnostního programu a jeho následné propagace.

Cíl práce: Popsat a porovnat věrnostní programy v kulturním a zábavním sektoru a zahrnout je do marketingového plánu vybrané organizace z tohoto odvětví.

English Summary

The main topic of this bachelor thesis is building customer loyalty in the culture and entertainment sectors. This paper focuses on the general knowledge related to the process of building customer loyalty and combines them with information specific for the selected sector. Furthermore, the focus on the culture and entertainment sector is narrowed down to include Czech cinemas and multiplexes. The following part concerns the notion of loyalty programs as a tool for customer loyalty support. Simultaneously, it analyses some of the functional loyalty programs utilized by the cinemas and multiplexes in the Czech Republic. Finally, all interpreted information is used in the practical part, to create a marketing plan that will focus on the formulation and creation of an ideal loyalty program and its subsequent promotion.

2020 / 2021

