

# Marketingový management ve vybraném segmentu s ohledem na celosvětovou koronavirovou krizi

Masarykův ústav vyšších studií  
Projektové řízení inovací 2019 - 2021

Filip Šulc

## Abstrakt

Cílem diplomové práce je analýza marketingového managementu vybraného tržního segmentu v kontextu celosvětové krize Covid-19. Tato krize postihla nejen jednotlivce, ale také menší a korporátní společnosti, které musely změnit své chování a postoje vůči svým klientům a zákazníkům. Většina společností musela přehodnotit své marketingové plány a přizpůsobit se dynamickému prostředí.

## Dosažení cílů

Společnosti začaly vyvíjet a ve velké míře zdokonalovat své interní systémy. Společným tématem je v tomto případě digitalizace, ke které organizace musely přistoupit dříve nebo prioritizovat své projekty.

## Abstract

The aim of the diploma thesis is to analyze the marketing management of a selected market segment in the context of the global crisis Covid-19. This crisis has affected not only individuals, but also smaller and corporate companies, which have had to change their behavior and attitudes towards their clients and customers. Most companies had to reconsider their marketing plans and adapt to a dynamic environment.



## Rozdělení analýzy

### Offline kampaně

- Billboardy
- Plakáty
- Letáky
- Eventy

### Online kampaně

- Sociální sítě
- E-mailing
- SEO
- PPC

### Inovace

- Kate
- Webináře
- Digitalizace
- HR marketing



## Zjištění a doporučení

### Zjištění

Společnost musela přenastavit všechny procesy týkající se sjednávání svých produktů na kamenných pobočkách. K takovému zásahu nikdy před tím nedošlo a společnost musela rychle zavést nová pravidla a postupy.

### Doporučení

Přenastavení procesů pro možnost sjednání online formou.

### Zjištění

Analýza společností poskytla cenné údaje ohledně přizpůsobení celosvětové krize Covid-19. Organizace se musely přizpůsobit nové situaci a všechny své offline, osobní aktivity přenést na internetové prostředí.

### Doporučení

Společnosti převedly své zdroje do online marketingu a kampaní.

### Zjištění

Společnost ČSOB Pojišťovna i další z analyzovaných společností krize Covid-19 přinutila k digitalizaci. Projekty naplánované na několik let dopředu se musely zrealizovat v rámci několika měsíců.

### Doporučení

Krize zasáhla do inovativních projektů firem, které začaly financovat vývoj a digitalizaci.

## Literatura

- JANOUC, Viktor. Internetový marketing. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Marketing. 1. vyd. Praha. Grada Publishing, 2004. ISBN 80-247-0513-3.