

ANALÝZA KOMUNIKAČNÍHO MIXU SPOLEČNOSTI HYUNDAI MOTOR CZECH S.R.O.

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE 2023

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na charakteristiku a analýzu komunikačního mixu společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o. Cílem práce je poskytnout přehled o jednotlivých nástrojích komunikačního mixu a jejich využití ve společnosti. Teoretická část se zaměřuje na definování jednotlivých základních nástrojů marketingového a komunikačního mixu. V praktické části této bakalářské práce je představena společnost Hyundai Motor Czech s.r.o. Pro hodnocení efektivnosti komunikačního mixu bylo provedeno kvalitativní šetření formou strukturovaných rozhovorů s marketingovým manažerem a produktovým a marketingovým ředitelem společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o. a kvantitativní šetření pomocí dotazníkového šetření. Na základě analýzy získaných dat a výsledků průzkumu navrhnout vhodné druhy komunikace, na které by se společnost Hyundai Motor Czech s.r.o. měla více zaměřit. Tato doporučení mají za cíl zvýšit účinnost a efektivitu komunikačních nástrojů a přispět k posílení značky Hyundai na trhu.

English summary

This bachelor's thesis focuses on the characterization and analysis of the communication mix of Hyundai Motor Czech s.r.o. The aim of the thesis is to provide an overview of the individual communication mix tools and their utilization within the company. The theoretical part focuses on defining the fundamental tools of the marketing and communication mix. The practical part of this bachelor's thesis introduces Hyundai Motor Czech s.r.o. For evaluating the effectiveness of the communication mix, qualitative research in the form of structured interviews with the marketing manager and the product and marketing director of Hyundai Motor Czech s.r.o. was conducted, along with quantitative research using a questionnaire survey. Based on the analysis of the data obtained and the results of the survey, to suggest appropriate types of communication to Hyundai Motor Czech s.r.o. should focus more on. These recommendations aim to increase the efficiency and effectiveness of communication tools and contribute to strengthening the Hyundai brand in the market.

CÍL PRÁCE

Charakterizace a analýza komunikačního mixu společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o. Dále popis jednotlivých složek komunikačního mixu, které společnost využívá a na základě výsledků navrhnout vhodné druhy komunikace, na které by se společnost měla více zaměřit.



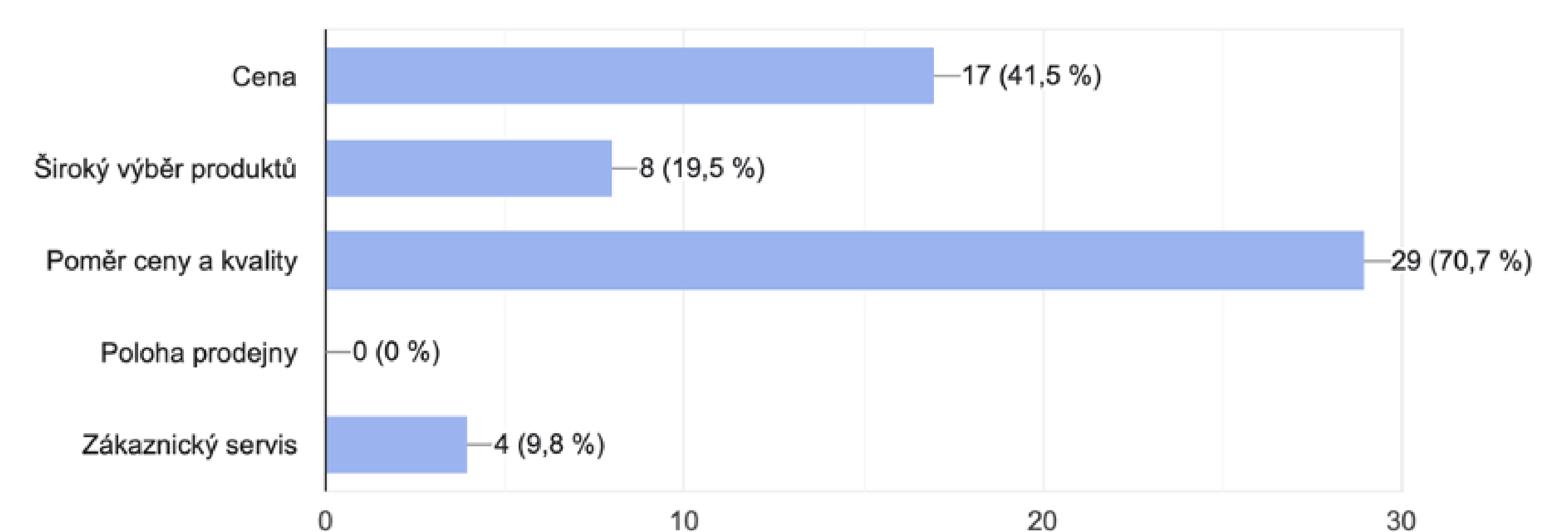
ČVUT
ČESKÉ VYSOKÉ
UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE

Vedoucí práce: Ing. Soňa Cupalová
Studijní program: Ekonomika a management

METODIKA

V této bakalářské práci bylo zvoleno kvalitativní šetření v podobě strukturovaného rozhovoru se zaměstnanci společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o. a kvantitativní šetření v podobě online dotazníku – Google Forms. Na základě vyhodnocení provedených analýz z kvalitativního a kvantitativního výzkumu, bude vypracováno vlastní doporučení, které by vedlo ke zvýšení výkonnosti nástrojů komunikačního mixu.

7. Proč byste si pro nákup produktu a služby vybrali právě Hyundai?
41 odpovědí



Závěr

Společnost Hyundai Motor Czech s.r.o. má před sebou široké možnosti pro zvýšení efektivity svého marketingového komunikačního mixu. Jedním z hlavních kroků, který by mohl být významný, je možnost rozšíření aktivity na sociální síti Instagram, která dnes představuje silný nástroj pro oslovení cílových skupin, zejména mladší generace. Je třeba prozkoumat a aktivně nasadit influencer marketingu. Tímto strategickým krokem by společnost mohla výrazně posílit důvěryhodnost své značky a zároveň zvýšit její viditelnost mezi cílovou skupinou. Pokračování v přilákání a angažování zákazníků by mohlo být dosaženo začleněním inovativního interaktivního obsahu do komunikační strategie. Uspořádání různorodých soutěží, které by spojovaly zábavu s informováním o produktech a hodnotách značky Hyundai Motor Czech s.r.o., zahrnutí podcastů by mohlo být také významným krokem k prohloubení komunikačního dosahu společnosti Hyundai Motor Czech s.r.o. Tímto by se otevřel nový kanál pro efektivní přenos zpráv a současně by posílilo vnímání značky Hyundai Motor Czech s.r.o. jako inovativního a do budoucna orientovaného partnera.

Literatura

- KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.
- KOTLER, Philip. Marketing management 14. vydání [online]. Praha: Grada, 2013 [cit. 2023-08-14]. ISBN 978-80-247-4150-5. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/e-kniha/marketing-management-1391117/>
- PŘÍKRYLOVÁ, Jana. Moderní marketingová komunikace. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.