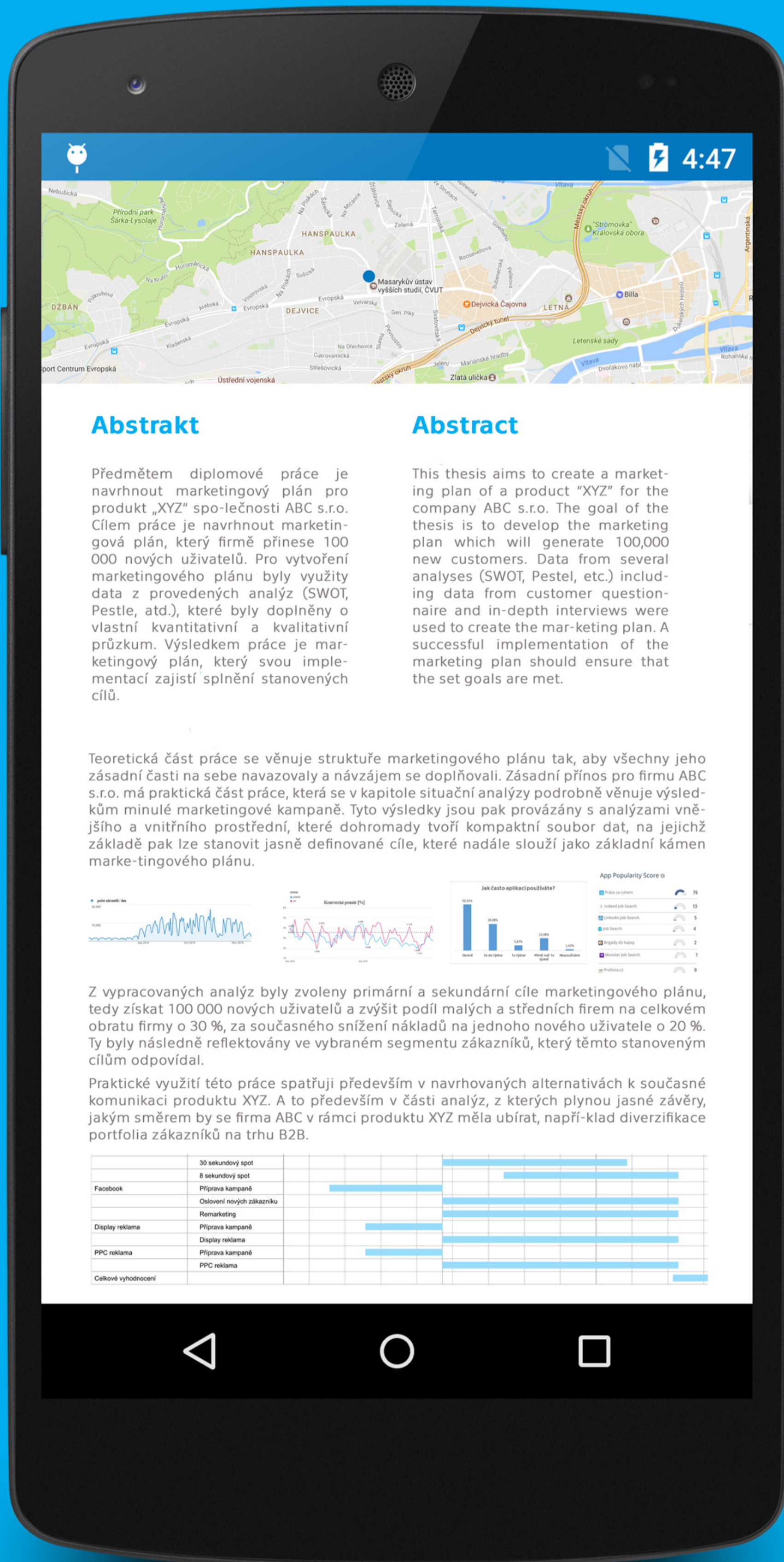


# Marketingový plán produktu XYZ

## Marketing plan of product „XYZ“



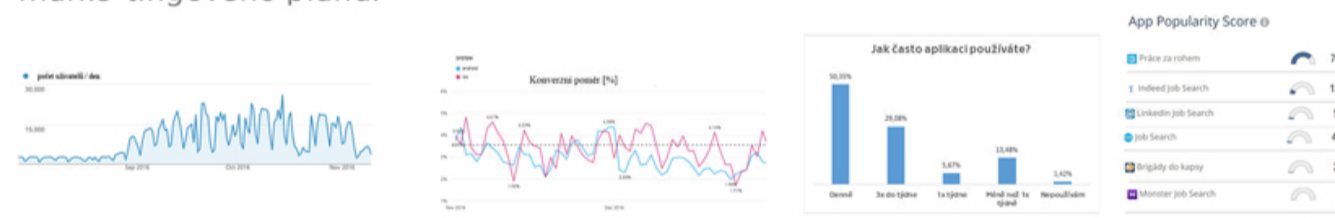
### Abstrakt

Předmětem diplomové práce je navrhnout marketingový plán pro produkt „XYZ“ společnosti ABC s.r.o. Cílem práce je navrhnout marketingový plán, který firmě přinese 100 000 nových uživatelů. Pro vytvoření marketingového plánu byly využity data z provedených analýz (SWOT, Pestle, atd.), které byly doplněny o vlastní kvantitativní a kvalitativní průzkum. Výsledkem práce je marketingový plán, který svou implementací zajistí splnění stanovených cílů.

### Abstract

This thesis aims to create a marketing plan of a product "XYZ" for the company ABC s.r.o. The goal of the thesis is to develop the marketing plan which will generate 100,000 new customers. Data from several analyses (SWOT, Pestle, etc.) including data from customer questionnaire and in-depth interviews were used to create the marketing plan. A successful implementation of the marketing plan should ensure that the set goals are met.

Teoretická část práce se věnuje struktuře marketingového plánu tak, aby všechny jeho zásadní části na sebe navazovaly a navzájem se doplňovali. Zásadní přínos pro firmu ABC s.r.o. má praktická část práce, která se v kapitole situační analýzy podrobně věnuje výsledkům minulé marketingové kampaně. Tyto výsledky jsou pak provázány s analýzami vnějšího a vnitřního prostředí, které dohromady tvoří kompaktní soubor dat, na jejichž základě pak lze stanovit jasně definované cíle, které nadále slouží jako základní kámen marketingového plánu.



Z vypracovaných analýz byly zvoleny primární a sekundární cíle marketingového plánu, tedy získat 100 000 nových uživatelů a zvýšit podíl malých a středních firem na celkovém obratu firmy o 30 %, za současného snížení nákladů na jednoho nového uživatele o 20 %. Ty byly následně reflektovány ve vybraném segmentu zákazníků, který těmto stanoveným cílům odpovídal.

Praktické využití této práce spatřuji především v navrhovaných alternativách k současné komunikaci produktu XYZ. A to především v části analýz, z kterých plynou jasné závěry, jakým směrem by se firma ABC v rámci produktu XYZ měla ubírat, například diverzifikace portfolia zákazníků na trhu B2B.

Platforma	Typ kampaně	Trvání	Průběh
Facebook	30 sekundový spot	1-2 měsíce	-----
	8 sekundový spot	1-2 měsíce	-----
	Příprava kampaně	1-2 měsíce	-----
Display reklama	Oslovení nových zákazníků	1-2 měsíce	-----
	Remarketing	1-2 měsíce	-----
PPC reklama	Příprava kampaně	1-2 měsíce	-----
	PPC reklama	1-2 měsíce	-----
Celkové vyhodnocení			-----