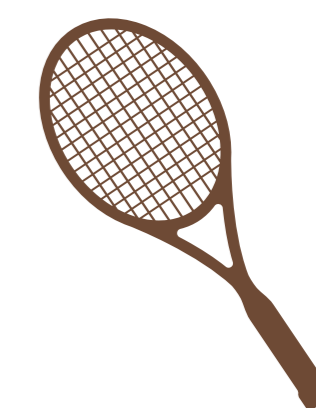




KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE VYBRANÉHO PODNIKU



Kavárna Club Café Tennis v Horních Počernicích

ABSTRAKT:

Bakalářská práce se zabývá komunikační strategií pražské kavárny Club Café Tennis. Cílem práce je návrh nové komunikační strategie. Práce je rozdělena na část teoretickou a část praktickou. V teoretické části jsou s pomocí odborné literatury vymezeny základní pojmy týkající se komunikační strategie. Praktická část se zabývá představením kavárny, marketingovým mixem a také analýzou její současné komunikační strategie. Analýza podniku je provedena na základě znalostí z vysoké školy. Následně je uskutečněn marketingový výzkum, jehož součástí je vyhledávání sekundárních dat, dotazníkové šetření a osobní rozhovor. Na základě informací získaných z vlastního výzkumu dochází v závěru praktické části k formulaci návrhu nové komunikační strategie. Závěrečná práce by měla být přínosem pro vybranou kavárnu, která by se nad návrhem mohla zamyslet a využít ho.

HLAVNÍ BODY NOVÉ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE:

Nový komunikační cíl: Zvýšení povědomí o kavárně v Horních Počernicích a na internetu. Do konce roku 2019 se počet hostů zvýší díky nové komunikační strategii. Jelikož přibude více zákazníků, zvýší se i zisk podniku.



Interiér kavárny Club Café Tennis



Návrh loga pro kavárnu

ABSTRACT:

My bachelor thesis deals with the communication strategy of the café called "Club Café Tennis" in Prague. The aim of my bachelor thesis is to create a new communication strategy. The thesis is divided into two parts – theoretical and practical. There is an explanation of the basic concepts which are connected with the communication strategy in the theoretical part. I explain the concepts with the help of professional literature. The practical part is focused on the introduction of the café, its marketing mix and the analysis of the communication strategy with the help of the knowledge acquired at the university. There is also the marketing research, which is composed of a questionnaire, interview and finding for secondary data. At the end of the practical part, there is a formulation of the proposal for the new communication strategy on the basis of information obtained from the research. The bachelor thesis should benefit mainly for the café. The owner could think of my proposal and use it for his business.

VLASTNÍ MARKETINGOVÝ VÝZKUM:

Součástí výzkumu je vyhledávání sekundární dat na internetu a získávání primárních dat pomocí osobního rozhovoru a dotazníkové šetření (kvantitativní výzkum). Výzkum je důležitou částí práce, protože bez něho by nemohl být návrh nové komunikační strategie tak zpracovaný.

NÁHLED NA NOVÝ KOMUNIKAČNÍ MIX	
REKLAMA	Označit kavárnu zvenku reklamním plakátem a po Horních Počernicích rozdat reklamní letáky.
PODPORA PRODEJE	Přilákat zákazníky výhodnou nabídkou "oběd + káva zdarma" či ochutnávkou v okolních ulicích.
EVENT MARKETING A SPONZORING	Pořádat soukromé akce na míru, degustační večery či jógu s občerstvením.
PUBLIC RELATIONS	Zapojit se do společenských akcí pořádaných v Horních Počernicích.
PŘÍMÝ MARKETING	Rozšířit již používaný e-mailing.
ONLINE MARKETING	Používat internetové stránky. Aktualizovat informace na Google Maps a pracovat se sociálními sítěmi (FB, Instagram).
OSOBNÍ PRODEJ	Pořídít si jednotné oblečení a stále zákazníky oslovovat jmény.
ÚSTNÍ ŠÍŘENÍ	Sledovat recenze na internetu a reagovat na ně.

ZÁVĚR PRÁCE:

Návrh byl představen majitelům kavárny. Ti byli nadšení, bohužel s realizací budou muset ještě počkat. Cíl mé bakalářské práce byl však dosažen – návrh nové komunikační strategie jsem vytvořila.

Z dotazníku vyplynulo, že lidé z Horních Počernic kavárnu Club Café Tennis neznají. Tím se tedy potvrdila moje myšlenka, že hlavním problémem je neznalost kavárny. Analýzou současného stavu komunikační strategie jsem zjistila, že hlavním problémem je způsoben neefektivní komunikační strategií.

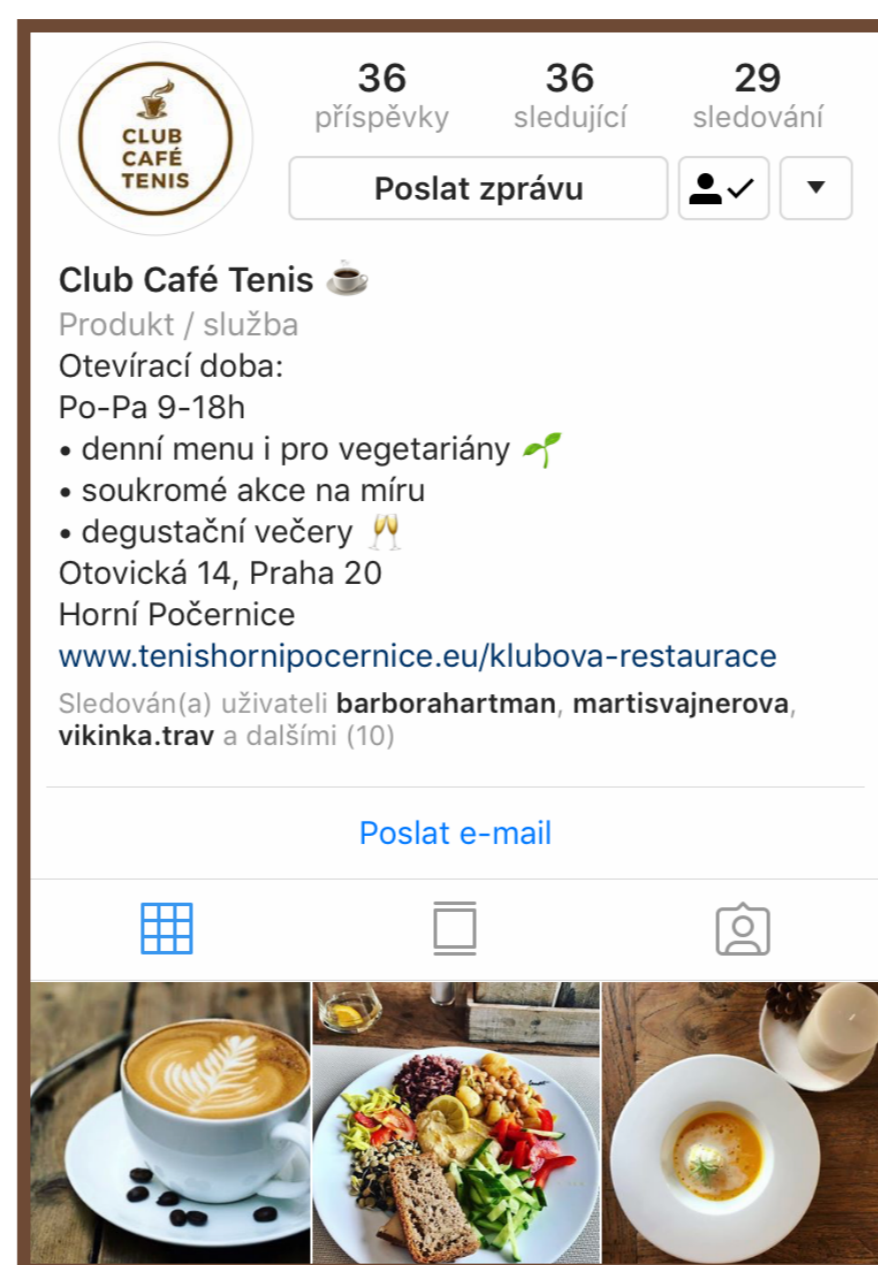
POUŽITÁ LITERATURA:

KARLÍČEK, Miroslav. Základy marketingu. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018

VAŠTIKOVÁ, Miroslava. Marketing služeb: efektivně a moderně. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014

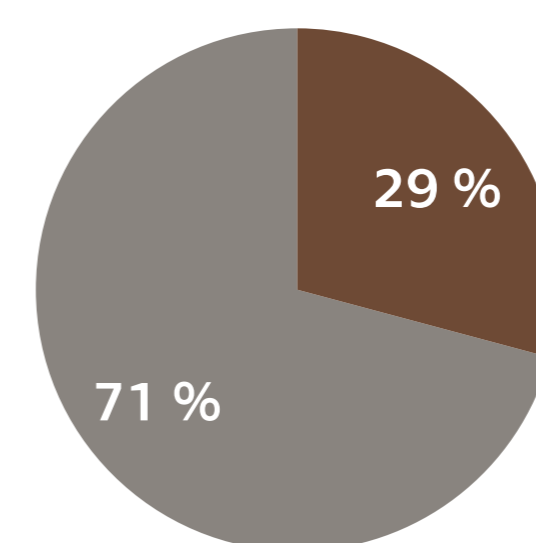


Návrh reklamního letáku



Náhled na nově založený účet na Instagramu

NÁHLED NA VÝZKUM	
Sbírání sekundárních dat na internetu	Bylo zjištěno, jaké nástroje kom. mixu jsou populární mezi restauracemi a kavárnami v současné době.
Osobní rozhovor	Na základě rozhovoru s osobou, jež navštěvuje a hodnotí pražské kavárny byl zjištěn pohled na online marketing v dnešní době.
Dotazníkové šetření (CAPI, CAWI)	Dotazník potvrdil hlavní problém - kavárna Club Café Tennis není v Horních Počernicích známá.



Znáte kavárnu Club Café Tennis?

● ANO ● NE



Osloveno bylo 120 lidí v Horních Počernicích.

HORNÍ POČERNICE OTOVICKÁ 12, PRAHA 20 CLUB CAFÉ TENIS	
PONDĚLÍ Polévka: Hlavní jídlo: Veg.:	ÚTERÝ Polévka: Hlavní jídlo: Veg.:
STŘEDA Polévka: Hlavní jídlo: Veg.:	ČTVRTEK Polévka: Hlavní jídlo: Veg.:
PÁTEK Polévka: Hlavní jídlo: Veg.:	

Návrh nového denního menu

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE (2018/2019)

AUTOR PRÁCE: Aneta Požárová

VEDOUCÍ PRÁCE: Ing. Petra Králová, Ph.D.