

Marketingový plán vybrané společnosti



Autor: Kristýna Krejsarová

Vedoucí práce: Ing. Arch. Ing. Petr Štěpánek Ph.D.

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá marketingovým plánováním společnosti damejidlo.cz s.r.o. Cílem práce je zhodnocení marketingového plánu a návrh kroků pro zlepšení.

V teoretické části jsou představeny jednotlivé kroky marketingového plánování, stručně definovány služby, shrnuta jejich historie a definovány typické vlastnosti. Následně je představena marketingová komunikace včetně marketingového mixu 7P, který je pro služby typický.

V praktické části je představen aktuální marketingový plán společnosti damejidlo.cz s.r.o. a na základě výstupů jsou stanoveny kroky pro zlepšení. Výstupy byly získány především ze SWOT analýzy, která je pro marketingový plán klíčová. V rámci analýzy byly zjištěny silné stránky v podobě silného pokrytí a známosti brandu. Zároveň byla zjištěna slabá stránka v podobě logistiky, které se věnují i v rámci doporučení pro zlepšení. Příležitosti damejidlo.cz s.r.o. tvoří především možnost spolupráce s novými restauracemi a nabídnutí zákazníkům větší možnosti výběru. Jako poslední byla definována hrozba, kterou tvoří konkurence, která vstoupila na trh v minulém roce. Zároveň je za hrozbu považována konkurence, která by v dalších letech mohla na trh vstoupit, vzhledem k potenciálu a růstu, který vykazuje.

Marketingové cíle

Hlavním cílem DJ pro nadcházející roky je udržení pevně pozice na trhu. Kroky, kterými si udrží pozici na trhu je získávání nových zákazníků a udržení stálých. Aktuální cíl je přivést společnosti každý měsíc 25 až 30 tisíc nových zákazníků.

Je poměrně těžké udržet si stávající pozici na trhu, vzhledem k stále narůstající konkurenci. Ta si zakládá především na čase doručení, který je pro zákazníky velmi důležitý. Zároveň společnost cílí na zvýšení obrátu (a tím i zisku) pomocí získávání nových zákazníků. Cíl mají stanovený na růst zisku o 20 – 30 % ročně.

Zároveň se pomocí marketingových aktivit snaží zvýšit svou hodnotu a tím i hodnotu akcií, se kterými obchoduje DeliveryHero, tedy mateřská společnost.

Doporučené marketingové aktivity:

Merchandising, product placement, sponzoring, věrnostní klub, soutěže

