

Komunikační strategie vybrané firmy



Aleš Kluc

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií

2019

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá tématem komunikační strategie vybrané firmy. Teoretická část se zaměřuje na vysvětlení pojmu marketingová komunikace, která v sobě zahrnuje určité plánování, cíle, principy a také nástroje. Tyto prvky jsou základem pro úspěšnou komunikaci. Praktická část se zaměřuje na analýzu komunikační strategie vybraných českých bank s hlavním zřetelem na Komerční banku (KB). Cíle práce je analýza komunikační strategie KB se zaměřením na cílovou skupinu (studentů). Pro tento cíl jsem zvolil dotazníkové šetření. Cíl jsem dále rozdělil na výzkumné okruhy, kterými zjistím silné a slabé stránky komunikace této banky v porovnání s ostatními bankami.

Summary

This bachelor thesis follows up the topic of communication strategy of the chosen company. The theoretical part is focused on explaining concept of marketing communication which consists of certainly planning, goals, principles and also tools. These elements are foundation for successful communication. Practical part is focused on analysis of communication strategy of chosen Czech banks with mainly consideration of Komerční banka (KB). The goal of this thesis is analysis of communication strategy KB focusing on target audience (students). For this goal I have chosen survey. I divided the goal into research questions by which I will identify strong and weak points of this bank's communication with other banks.

Tabulka 1 Počet klientů u 4. největších bank na českém trhu

Banka	Počet klientů v roce 2015 (v milionech)	Počet klientů v roce 2016 (v milionech)	Počet klientů v roce 2017 (v milionech)
Česká spořitelna	4,79	4,71	4,68
ČSOB	2,83	2,80	3,67
Komerční banka	1,65	1,65	1,67
Moneta	1,07	0,97	1,03

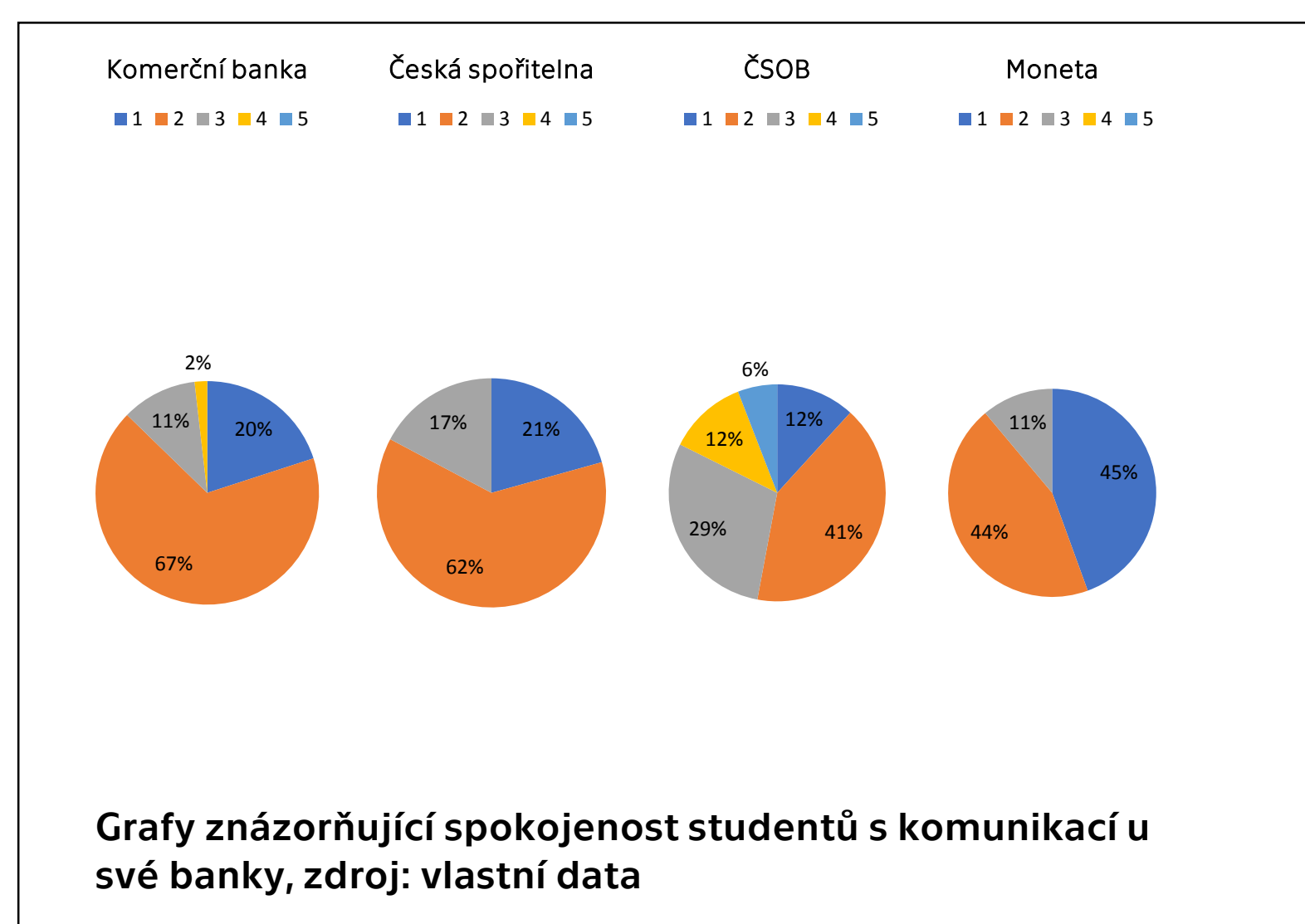
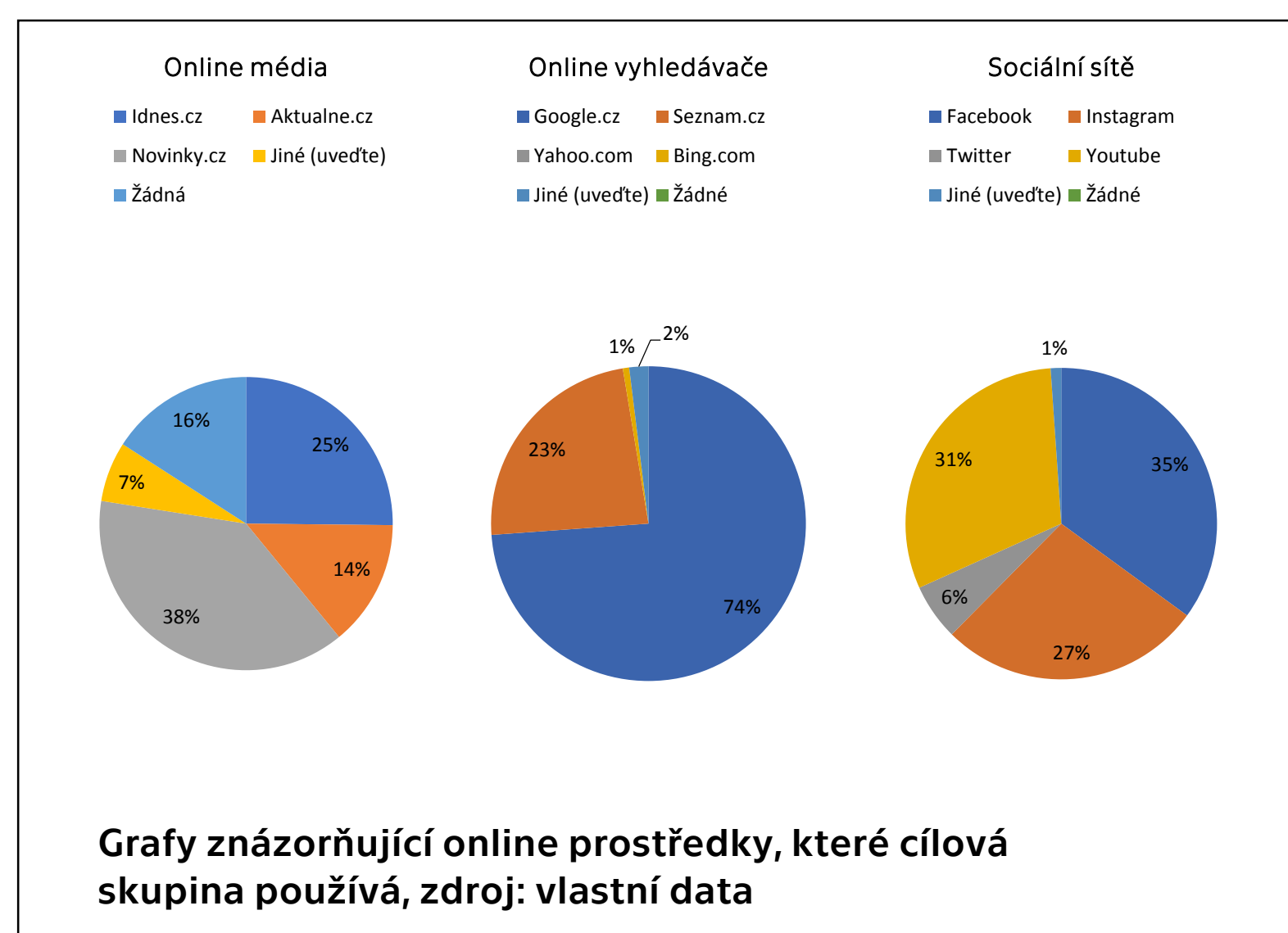
Zdroj: finance.cz

Tabulka 3 přehled bank a jejich produktů na českém trhu

Produkty/banky	Komerční banka	Česká spořitelna	ČSOB	Moneta	Equa bank	Unicredit Bank
Vedení běžného účtu zdarma	ano	ano	Ne (25 Kč/měsíc)	ano	ano	ano
Karta k účtu	Debetní MasterCard/Visa Classic	Debetní MasterCard	Debetní MasterCard	Debetní MasterCard/Visa Classic	Debetní MasterCard	Debetní MasterCard
Internetové bankovníctví	ano	ano	ano	ano	ano	ano
Mobilní aplikace	ano	ano	ano	ano	ano	ano
Výběry z vlastního bankomatu	0 Kč	0 Kč	0	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Výběry z cizího bankomatu	39 Kč	40 Kč	40 Kč	20 Kč	0 Kč	0 Kč

Zdroj: vlastní výzkum

Výsledky



Závěr

Dotazníkové šetření bylo rozděleno na 5 výzkumných okruhů. První výzkumný okruh odhalil, že studenti vnímají u KB nevýhodné podmínky v porovnání s ostatními bankami. Na druhé straně Komerční banku studenti vnímají jako inovativní banku. Druhý výzkumný okruh ukázal, že studenti KB hodnotili komunikaci převážně chvalitebně a výborně. Reklamní spoty působily převážně pozitivně na cílovou skupinu. Třetí výzkumný okruh se zabýval, která banka disponuje nejlepšími službami. Z výzkumu vyplynulo, že je to Česká spořitelna. Čtvrtý výzkumný okruh odhalil komunikační kanály, které banky používají směrem ke studentům. Nejvíce používané nástroje jsou internetové a mobilní bankovníctví. Poslední výzkumný okruh se zabýval tím, které komunikační nástroje jsou pro cílovou skupinu nejúčinnější. Zjistilo se, že účinnými nástroji jsou: televizní stanice Nova a ČT 1, rádiové stanice Evropa 2, Fajn radio a Rádio Impuls, pro PR aktivity média Novinky.cz, vyhledávač Google.cz a sociální sítě Youtube, Facebook a Instagram.

Doporučení

Komerční bance bych doporučil zlepšit služby infolinky. Dále bych doporučil neměnit nic v dosavadních komunikačních kanálech, jelikož se ukázalo, že KB komunikuje k cílové skupině správnými kanály. Komerční bance se naskytuje příležitost zavést nové služby, které konkurence ještě nemá. Mezi tyto služby patří převádění měn zdarma v bankovním účtu, výběry z bankomatů zdarma v zahraničí nebo výběry z cizích bankomatů zdarma. Pro cílovou skupinu studentů by měla banka přeměrovat komunikační mix do online formy. Nakonec bych doporučil zlepšit smluvní podmínky.

Vedoucí práce: PhDr. Blanka Jirkovská, Ph.D.

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, oddělení pedagogických a psychologických studií