Uvedení B2C značky ve specifických podmínkách segmentu sportovního oblečení

Autor: Kamila Merad
Masarykův ústav vyšších studií, ČVUT v Praze
Bakalářská práce: akademický rok 2019/2020

Vedoucí práce: Ing. arch. Ing. Petr Štěpánek, Ph.D.
Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze,
oddělení veřejné správy a regionálních studií

Abstrakt

Předložená bakalářská práce je zaměřena především na charakteristiku obchodování na internetu v rámci B2C e-commerce v České republice, definování výhod a nevýhod pro prodávajícího a spotřebitele, popis marketingu. V první části je popsán trh v 21. století, na který navazuje vytyčení základních pojmů v rámci marketingu, dále je vymezena e-commerce, její výhody a nevýhody, fakta o B2C e-commerci v České republice. V druhé části práce je představena nově vznikající značka, analýza trhu a podniku, vymezení konkurence a segmentace trhu.

Abstract

The presented bachelor's thesis is focused mainly on the characteristics of internet commerce within B2C e-commerce in the Czech Republic, defining advantages and disadvantages for seller and consumer, description of marketing. The first part describes the market in the 21st century, which is followed by the definition of basic terms in marketing, then it defines e-commerce, its advantages and disadvantages, facts about B2C e-commerce in the Czech Republic. In the second part of the thesis is introduced new emerging brand, market and business analysis, definition of competition and market segmentation.

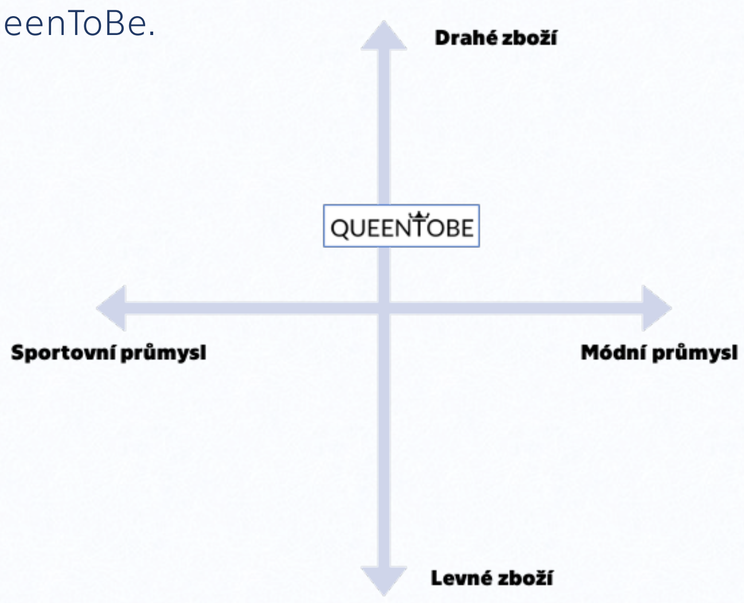
Positioning

Positioning dané značky se zakládá na propojení sportovní a módní sféry v oblečení. Hlavními charakteristikami pro zboží jsou možnost nošení sportovních souprav v každodenním životě, kombinace dostupné ceny, stylu a pohodlí. Značka QueenToBe cílí na silnější ženy s nadváhou, jež sport provozují anebo v něm chtějí začít a zároveň mají blízký vztah k módě.

Celý trh se sportovním oblečením lze rozdělit do dvou segmentů: první je oblečení speciálně určené výhradně pro sport, druhý je módní sportovní oblečení, které obvykle navrhují sportovní značky ve spolupráci s módními návrháři. Budoucí značka bude působit ve druhém sektoru.

Klade se za cíl poznat a pochopit cílového zákazníka, neboť každý, kdo vyrábí a prodává módu, musí znát potřeby a požadavky svého klienta. Dále klade se důraz na to, aby jim výběr oblečení nestál v cestě, když se snaží něco dokázat, jít si za svým cílem, cítit se komfortně a pohodlně. Uspokojení vlastních potřeb kupujících je na prvním místě. Propojí se ženskost se sportem, styl a hravost. Cílem je, aby se zákaznice s těmito vlastnostmi ztotožňovaly.

Zaměřuje se na zasažení ženské populace, která není finančně závislá na ostatních a svým zájmem a aktivitou šíří povědomí o značce QueenToBe.



Logo značky QueenToBe

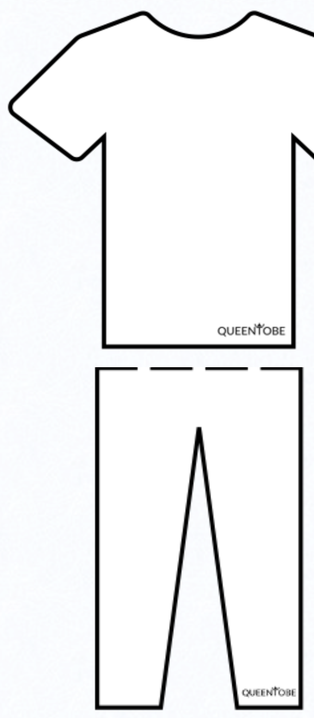
QUEENTOBE

Barevné kombinace oblečení pro první a druhou kolekci:

Oblečení	Logo a nápisy	Nitě

Oblečení	Logo a nápisy	Nitě

Rozmístění loga: zadní strana trika, přední strana kalhot:



Shrnutí

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo vytvořit kvalitní teoretický základ, který umožní a poskytne potřebné informace, jež dopomůžou k založení nové značky se sportovně-módním oblečením a k jejímu následnému řízení. Dalším důležitým krokem bylo vytvoření případové studií cílené na novou značku QueenToBe, která nabízí pomocí e-shopu kvalitní a dobře zpracovaný produkt pro ženy, které mají problém se zakoupením sportovního a zároveň stylového oblečení ve větších velikostech – od XL do 5XL.

Důležitý prvek této práce spočívá v přehledném uspořádání jednotlivých myšlenek a skutečností, provedených analýz, propočtu finančních možností a také zhodnocení možných hrozeb a rizik.

Podstatným trendem pro budoucí značku je neustálý nárůst v on-line prodeji sportovního oblečení, díky čemuž se internet stává jednou z hlavních platforem pro nákup tohoto zboží. Sportovní a zároveň módní oblečení plně uspokojí požadavky spotřebitelů díky zajištění neustále změny vzhledu výrobků spolu s aktivně vyvíjecí se technologii pro výrobu vysoce kvalitních souprav. Rostoucí pozornost pro sportovní oblečení ze strany ženského publika je doprovázeno zvýšením poptávky, což dává velké výhody pro budoucí rozvoj značky QueenToBe. Hranice mezi oblíkáním pro běhání, cvičení v posilovně a obvyklým uvolněným životním stylem s časem postupně mizí.