



ABSTRAKT:

Bakalářská práce se zabývá tématem komunikační strategie společnosti GÜDE CZECH s.r.o. Cílem práce je analyzovat současnou komunikační strategii a navrhnout novou. Práce je rozdělena do části teoretické a praktické. Teoretická část pokládá základ praktické části pomocí odborné literatury. Vysvětluje základní pojmy marketingové komunikační strategie, která je základem pro úspěšnou komunikaci. Praktická část práce se zaměřuje na představení společnosti, analýzu současné komunikační strategie a na návrh nové. Analýza současné komunikační strategie je provedena na základě informací získaných z rozhovoru s jednatelem společnosti a návrh nové strategie je proveden na základě informací z dotazníkového šetření i rozhovoru. Bakalářská práce by měla být přínosem společnosti GÜDE CZECH s.r.o., která by se navrhnutou strategií mohla inspirovat.



Logo firmy GÜDE



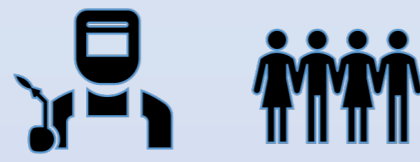
Sídlo společnosti GÜDE CZECH s.r.o.

ABSTRACT:

This bachelor thesis deals with a topic of communication strategy of the company GÜDE CZECH Ltd. The thesis aims to analyse the current communication strategy and the development of a new strategy. The thesis is divided into a theoretical and a practical part. The theoretical part gives the basis for the practical part while using academic literature. It explains the core concepts of marketing communication strategy, which are the basis for a successful communication. The practical part focuses on the introduction of the company, analysis of the current communication strategy and the development of a new strategy. The analysis of the current communication strategy is based on informations obtained from the interview with the company's executive and the development of a new strategy is based on informations gained from the questionnaire survey and the interview. The bachelor thesis should be beneficial for the company GÜDE CZECH Ltd. which could perhaps utilize the designed strategy as an inspiration.

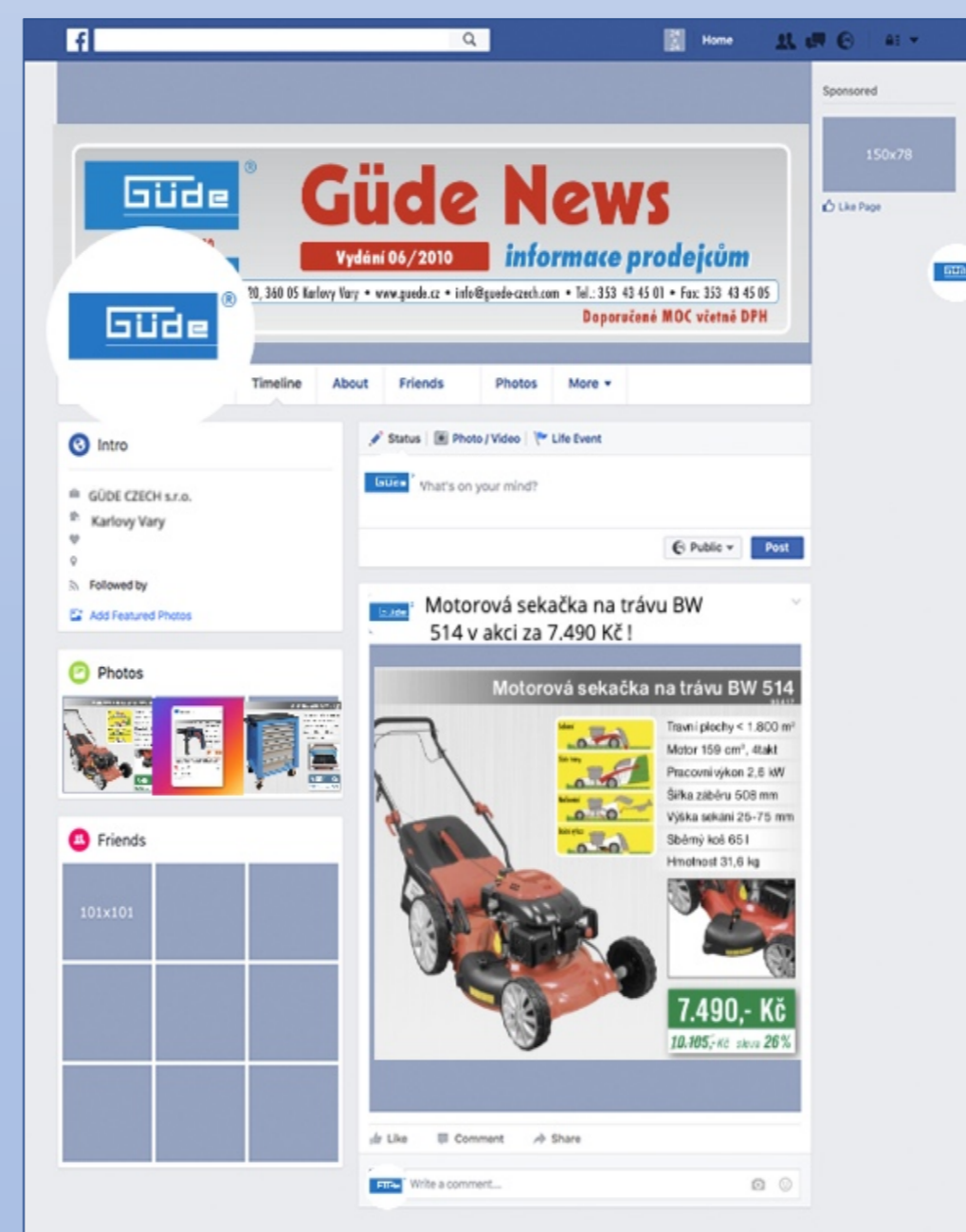
PŮVODNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE:

Záměrem původní komunikační strategie bylo převážně oslovovat maloobchodní prodejce zboží – internetové i kamenné prodejny. Oslovení koncových zákazníků bylo přenecháno převážně na prodejce zboží.



NOVÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE:

Záměrem nové komunikační strategie je stále oslovovat maloobchodní prodejce s cílem udržet je v prodejní síti, zároveň ale také jejich síť rozšiřovat o další členy. Zefektivnit komunikaci s koncovými zákazníky, neustále zvyšovat jejich počty a zvyšovat povědomí o značce.



Návrh Facebookového profilu

MARKETINGOVÝ VÝZKUM:

Marketingový výzkum sestával z expertního rozhovoru s jednatelem společnosti a dotazníkového šetření prostřednictvím Facebook.com, kde byl dotazník sdílen s širokou veřejností.

EXPERTNÍ ROZHOVOR

Na základě rozhovoru s jednatelem společnosti byl zjištěn pohled na současnou komunikační strategii a její problémy a nedostatky.

Hlavní problémy – společnost má zavedené jméno převážně v oboru a nevyužívá moderních komunikačních nástrojů. (sociální sítě apod.)

DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazníkové šetření potvrdilo zmíněné problémy v komunikační strategii.

Byl potvrzen problém nízkého povědomí široké veřejnosti.

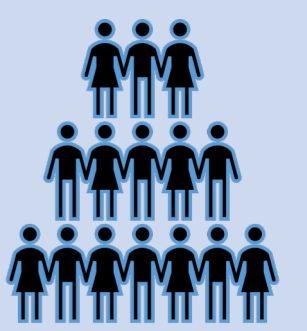
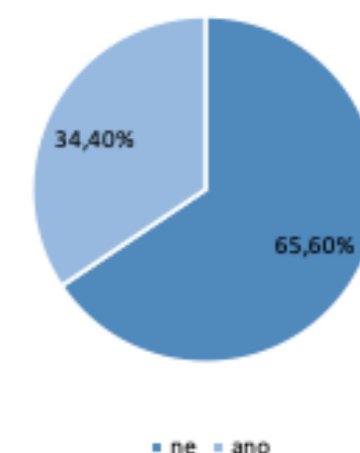
NOVÝ KOMUNIKAČNÍ MIX + NÁSTROJE KOMUNIKACE	
REKLAMA	Účast v akčním letáku prodejců
OSOBNÍ PRODEJ	Poradenství
PODPORA PRODEJE	Akční letáky
	Slevy pro věrné zákazníky Reklamní předměty
PUBLIC RELATIONS	Sponzoring neziskových organizací Účast v recenzních časopisech
DIRECT MARKETING	Produktový katalog
ONLINE MARKETING	Webové reklamy na Seznam.cz a Heureka.cz
	Webové stránky
	Sociální sítě – profily na serverech Facebook a Instagram Produktová videa na webových stránkách, Seznam.cz a Heureka.cz Recenze na webových stránkách

KONKRÉTNÍ NÁSTROJE KOMUNIKACE	CÍLOVÁ SKUPINA	NÁKLADY 2019	NÁKLADY 2020	
Původní	Katalog	prodejci	430 900 Kč	430 000 Kč
	Akční letáky	prodejci	126 213 Kč	130 000 Kč
	Webové stránky	veřejnost, prodejci	2 550 Kč	3000 Kč
	Webové reklamy	veřejnost	54 644 Kč	55 000 Kč
	Reklamní předměty	prodejci	161 354 Kč	160 000 Kč
	Sponzoring	-	25 000 Kč	25 000 Kč
	Účast v akčním letáku prodejců	veřejnost	13 000 Kč	20 000 Kč
	Poradenství	veřejnost, prodejci	0 Kč	0 Kč
	Slevy pro věrné zákazníky	veřejnost	nevyčísleno	120 000 Kč
	Časopis – recenze	veřejnost	-	0 Kč
Nové	Sociální sítě	veřejnost	-	0 Kč
	Produktová videa	veřejnost	-	50 000 Kč
	Recenze na webových stránkách	veřejnost	-	6 000 Kč
CELKEM		813 661 Kč	999 000 Kč	



Návrh Instagramového příspěvku

Zaznamenal/a jste někdy značku GÜDE?



Osloveno bylo 95 respondentů po celé ČR.

PŘÍNOS PRÁCE:

Z výzkumu (dotazníkového šetření a expertního rozhovoru) plynou následující doporučení:

1. Modernizace a aktualizace marketingové komunikace
2. Zaměřit komunikační strategii i na širokou veřejnost
3. Doplnit stávající komunikační mix o nástroje – sociální sítě, produktová videa a sekci recenzí zákazníky na webových stránkách