



NÁVRH NOVÉ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE V PODNIKU

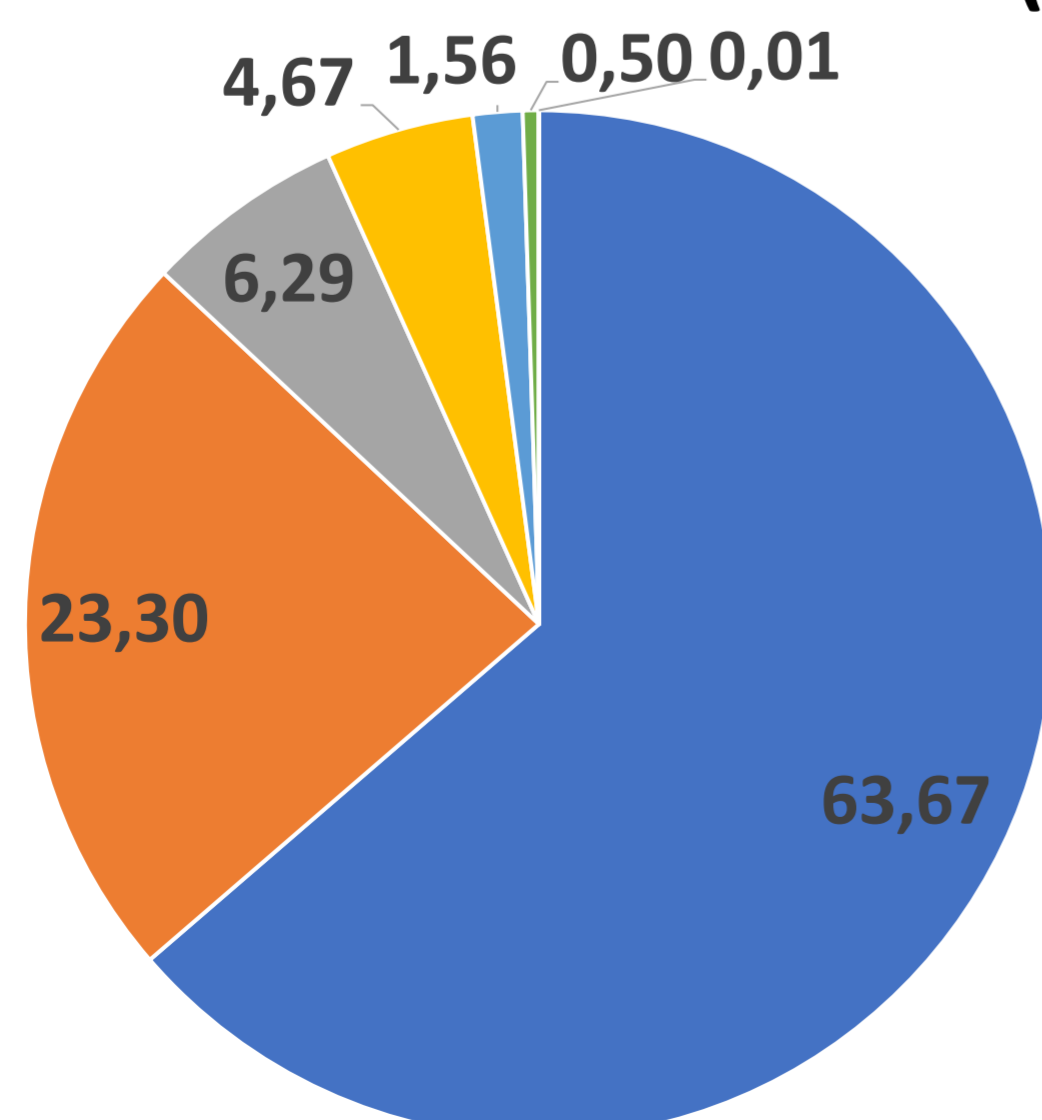
ABSTRAKT

V této diplomové práci je řešena problematika marketingové komunikace v offline a online provedení při návrhu nové strategie komunikace. V teoretická část začíná úvodem do marketingu, kdy se postupnými kroky dostáváme ke komunikačnímu mixu. Díky těmto základním pojmům řeší důležité složky digitálního marketingu, které jsou nutné znát pro bližší pochopení praktické části. Pro vytvoření návrhu nové komunikace byly blíže vysvětlena situační analýza, která analyzuje současný stav v podniku. Podrobně je dále rozvedena na příkladu podniku v praktické části.

ENGLISH SUMMARY

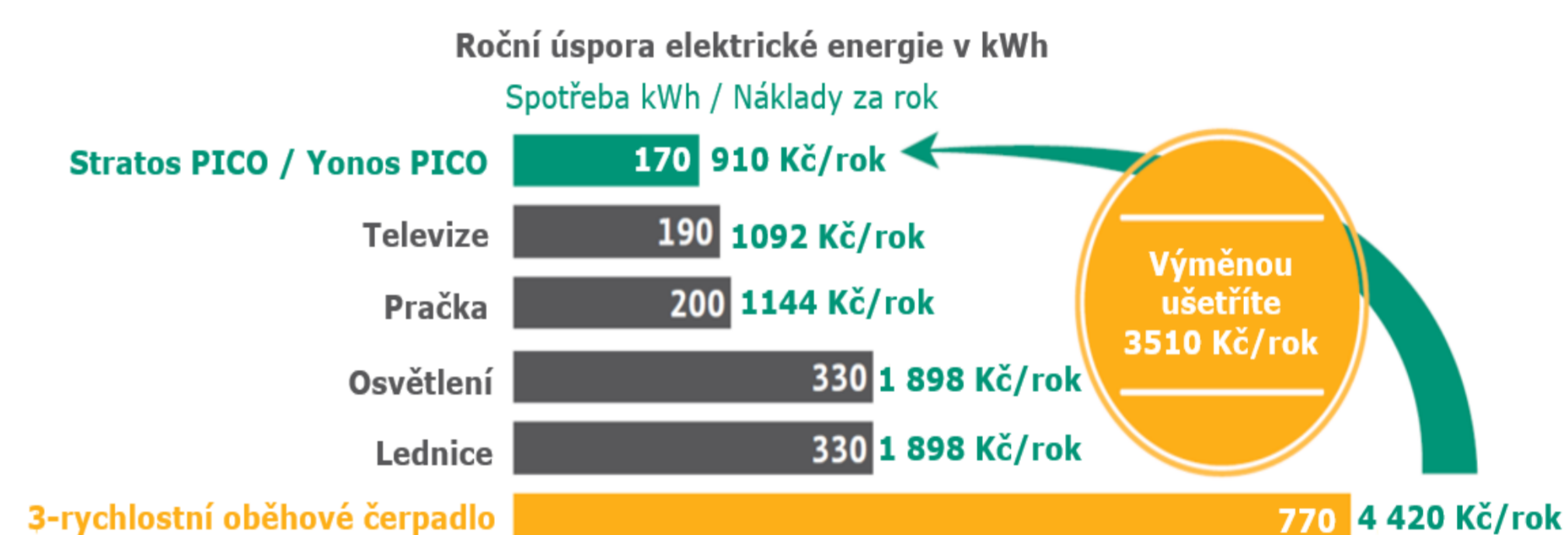
This diploma thesis deals with issue of offline and online marketing communication and implementation in the design of a new communication strategy. The theoretical part begins with an introduction to marketing, where we gradually get to the communication mix. Thanks to these basic concepts they solve important components of digital marketing, which are necessary to know for a closer understanding of the practical part. The situation analysis, which analyses the current situation in the company, was explained in more detail to create a new communication proposal. It is further elaborated on the example of company in the practical part.

Cesta návštěvníků na web (%)



■ Organic Search ■ Direct ■ Referral ■ Paid Search ■ (Other) ■ Social ■ Email

wilo



ZÁVĚR

Cílem této práce bylo vytvořit návrh nové strategie komunikace. Díky tomu jsme zjistili hodně věcí, které jsou potřeba dodělat. Z hlediska lepší komunikace online je vytvořit nové kanály, kde komunikovat. Zde stojí za úvahu zmínit nové sociální sítě jako Instagram či Twitter, lepší využívání bannerové reklamy či vůbec používání YouTube a PPC reklamy. Důležitým krokem ke zlepšení je vytvoření mikro stránky pro segmenty Residential a Commercial a též pro Water Management a OEM. Tyto stránky nebudou sloužit jenom k poskytování kvalitního a relevantního obsahu, ale též lepší pozici samotné značky Wilo ve vyhledávacích. Hlavním přínosem pro společnost Wilo bude získání nových zákazníků v segmentech Residential a Commercial díky přístupu frameworku STDC a udržení stávajících zákazníků. Pokud všechny tyto komunikační kanály budou využívány efektivně, může to společnosti přinést větší povědomí o značce na trhu, ale i vyšší tržby.