

Abstrakt

Název: Sociální média jako nástroj marketingové komunikace ve fitness centrech

Cíl: Hlavním cílem bakalářské práce je navrhnout konkrétní marketingový plán na sociálních sítích pro rok 2025 vybranému fitness centru, a to na základě dat zjištěných z rozhovoru a analýzy dosavadní správy sociálních sítí.

Využití: Vytvořený marketingový plán bude využit ve vybraném fitness centru pro rok 2025, zároveň tato práce může sloužit jako inspirace pro další subjekty, které chtějí zlepšit své fungování či si vystavět vlastní plán na sociálních sítích.

Metody: V této práci je využita metoda kvalitativního a kvantitativního výzkumu dat. V první fázi je použita kvalitativní metoda v podobě polostrukturovaného rozhovoru s vedením fitness centra. Následuje kvantitativní metoda prostřednictvím analýzy sociálních sítí centra.

Výsledky: Z výsledků získaných z obou výzkumů vyplývá, že vybrané fitness centrum má značný prostor pro zlepšení své komunikace v oblasti sociálních sítí. Proto byl pro fitness centrum navržen komplexní marketingový plán na sociálních sítích pro rok 2025, který zahrnuje obecná doporučení, etapizaci a konkrétní plán příspěvků pro vybraný měsíc.

Klíčová slova: sociální sítě, marketingová komunikace, fitness centrum, Instagram, Facebook