

Abstrakt

Název: Efektivita vybraných PR eventů sportovní organizace Ski a Bike Centrum Radotín

Cíle: Hlavním cílem této bakalářské práce je vytvoření návrhu na zlepšení marketingové komunikace v organizaci Ski a Bike Centrum Radotín se zaměřením na PR eventy a jejich efektivitu při dosahování marketingových cílů. Jelikož je toto téma velmi široké, práce se detailně zaměřuje pouze na jeden typ eventů, a tím jsou eventy pro stálé zákazníky firmy, konkrétně na pravidelné cyklistické vyjížděky.

Metody: V této práci byly použity metody kvalitativního výzkumu i kvantitativního. Pro kvalitativní výzkum byla konkrétně využita analýza sekundárních dat a polostrukturovaný rozhovor se spolumajitelem organizace Ski a Bike Centrum Radotín. Kvantitativní metodu v této práci pak zastupuje dotazníkové šetření, které probíhalo v online podobě s účastníky vyjížděk pořádanými organizací Ski a Bike Centrum Radotín.

Výsledky: Výsledky dotazníkového šetření ve většině případů změřily efektivitu PR eventů organizace SBCR při dosahování nastavených cílů. Organizace eventů funguje dobře, účastníci si díky nim lépe pamatují značku SBCR a mezi značkou a zákazníkem se prohlubuje vzájemný vztah. Výsledky také ukázaly, že by se firma měla zaměřit na fungování půjčovny a servisu, které zákazníci využívají spíše u konkurenčních organizací. Na základě výsledků bylo také vytvořeno doporučení pro SBCR, které souvisí s půjčovnou a servisem. Tyto dvě služby by se měly více propojit s eventy, aby se jejich využívání zlepšilo. Další doporučení souvisí s dětmi. Firmě bylo doporučeno, aby je zapojily více do cyklistických vyjížděk, čímž by mohlo dojít k většímu využívání dětských prodejen Skibi Kids. Bylo by i vhodné, aby se vyjížděky konaly častěji, především pro stálé účastníky.

Klíčová slova: event; marketingová komunikace; značka; zákazník; SBCR; výzkum