

Abstrakt

Influencer marketing je v dnešní době velmi rozšířeným a mocným nástrojem používaným zejména na sociálních sítích pro realizaci marketingových strategií. Tato práce rozebírá využití influencer marketingu ve spojitosti s nápoji značky PRIME založenou právě dvěma influencery.

Součástí práce je popis ostatních aktivit marketingové komunikace této značky s důrazem na sportovní sponzoring a spolupráce se sportovci. Byla provedena analýza konkurence této značky ve Spojených státech a byly předloženy důvody, proč se značka rozhodla cílit především na Evropské sportovní kluby.

Cílem práce bylo představit úspěch, jaký značka za svou krátkou existenci na trhu v zahraničí získala a porovnat ji s obecným vnímáním na českém trhu. Pomocí anonymního kvantitativního online dotazníkového šetření provedeného na 100 respondentech byl zkoumán efekt influencer marketingu a ostatních komunikačních nástrojů této značky na české spotřebitele, povědomí o zakladatelích značky a vnímání nabízených produktů.

Výsledkem bylo zjištění, že český trh je seznámen s oběma zakladateli značky a influencer marketing působí na 66 % všech dotazovaných, nicméně ostatní komunikační nástroje této značky na české spotřebitele požadovaný efekt nemají. Dále bylo zjištěno, že produkty této značky nemají u českých spotřebitelů velký úspěch, neboť produkt vyzkoušelo pouze 33 % dotazovaných, toto bylo způsobeno zejména kvůli chuti a ceně těchto produktů.