

Abstrakt

Bakalářská práce „Brand building freestylových značek na příkladu Quiksilver“ pojednává o značce Quiksilver, jejím vzniku, postupném vývoji, globálním působení, příchodu na český trh a její marketingové strategii na tomto trhu. Nejprve je nastíněna problematika fenoménu freestylových značek, jejich vývoje a kulturního prostředí, ve kterém vznikaly. Je zde zaveden termín „freestylová značka“ a vysvětlen jeho význam. Dále se práce věnuje historii značky Quiksilver a jejímu světovému významu, od vzniku prvních šortek Quiksilver v australském Torquayi po přesun do kalifornské Huntington Beach a následné globální expanzi. Značka Quiksilver byla původně malou lokální firmou a postupně se vyvíjela a rozšiřovala svou produktovou řadu natolik, až se z ní stala jedna z největších nadnárodních společností na poli freestylových značek. Práce se dále zabývá marketingovými aktivitami značky na globálním i českém trhu, na kterém se objevuje zhruba od roku 1991. Popisuje současně pořádané události, reklamu i komunikaci v místě prodeje a zároveň je hodnotí. V této práci byla použita metoda deskriptivní analýzy a současně je zde uveden také výzkum oblíbenosti značky mezi mladou českou generací pomocí elektronického dotazníku. V závěru je hodnocena strategie značky Quiksilver a její úspěšnost na českém trhu na základě hodnocení cílové skupiny, včetně návrhů na její zlepšení.