

Abstrakt

Název: Image značky FAT PIPE

Cíle: Hlavním cílem této bakalářské práce je prostřednictvím výzkumu analyzovat image značky FAT PIPE na tuzemském trhu a s ohledem na výsledky poskytnout náměty na její zlepšení.

Metody: Práce využívá metodu kvantitativního výzkumu, konkrétně elektronické dotazování. Dotazník v elektronické podobě byl rozeslán na webové a facebookové stránky klubů působících v českých ligových soutěžích s prosbou o šíření mezi své členy, kteří tvořili cílovou skupinu.

Výsledky: Výsledky výzkumu image značky FAT PIPE vypovídají o dobrém postavení značky na trhu. Povědomí o její existenci je vysoké a zároveň je řazena mezi nadprůměrné značky, na druhé straně je respondenty vnímána spíše jako běžná, což do jisté míry může souviset s vysokou konkurencí na trhu. Současně je značka FAT PIPE považována za kvalitní, nicméně s mírně vyšší cenou produktů. Přestože je značka vnímána jako známá, detailnější informace o značce byly respondentům často neznámé. Značka FAT PIPE by se proto měla zaměřit na zlepšení informovanosti spotřebitelů a posílit tím vztah mezi zákazníkem a značkou. Její pověsti by rovněž mohlo prospět například navázání spolupráce s více předními kluby, které by jí dodaly určitou prestiž.

Klíčová slova: FAT PIPE, florbal, image, výzkum