

ABSTRAKT

- Název:** Marketingová strategie fitness centra Esporta.
- Cíle:** Cílem diplomové práce je vytvořit marketingovou strategii pro Esporta Fitness Club. Dále na základě analýzy konkurence zjistit, které fitness centrum v dané lokalitě představuje největší hrozbu. Na závěr zhodnotit a navrhnout propagační program a materiály pro Esporta Fitness Club.
- Metody:** Analýza konkurence byla provedena pomocí scoring modelu a následně byla vyhodnocena jednotlivá kritéria. Došlo k vytvoření BCG Matice pro Esporta Fitness Club a byly provedeny rozhovory s vybranými klienty fitness centra. V neposlední řadě byla pro Esporta Fitness Club vypracována SWOT analýza, ve které byly rozebrány silné a slabé stránky a příležitosti a hrozby.
- Výsledky:** Analýza konkurence ukázala, že největší hrozbou je pro Esporta Fitness Club nově otevřené centrum Pulse Wellness a Fitness, a to především vzhledem k příznivějším cenám, které klientům nabízí, a také široké nabídce služeb.
- Z rozhovorů s dlouholetými klienty vyplynulo, že čtyři z pěti dotazovaných jsou s fitness centrem spokojeni a budou ho navštěvovat i nadále. Pouze jedna z klientek uvedla, že zná i daleko lepší fitness centra.
- Z BCG matice vyplynulo, že Esporta Fitness Club nemá ve svém chodu žádné otazníky, pouze jednoho psa, jednu hvězdu, tři dojně krávy a jednu strategickou jednotku, která je na rozhraní hvězdy a dojně krávy.
- Klíčová slova:** marketingová strategie, BCG Matice, SWOT analýza, analýza konkurence