Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení

Teze bakalářské práce

Cause Related Marketing

Jaroslav Pospíšil

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Tato práce pojednává o problematice Cause Related Marketingu jako části společenské odpovědnosti firmy. V teoretické části jsou charakterizovány marketing, společenská odpovědnost a Cause Related Marketing. V praktické části jsou popsány společnosti, jejich působení ve společenské odpovědnosti a jednotlivé projekty ČSOB – Karta dobré vůle a Česká spořitelna – I vaše karta pomáhá uskutečněné v roce 2014. Součástí praktické části je dotazníkové šetření o povědomí, vnímání a preferencích spotřebitelů v dané problematice. Na závěr jsou projekty a dotazníkové šetření zhodnoceny a je navrženo několik doporučení v oblasti CRM.

Klíčová slova: Cause Related Marketing, společenská odpovědnost, neziskové organizace, marketing

Cíl práce a metodika

Hlavním cílem práce je popsat a zhodnotit vybrané Cause Related Marketingové akce na území České republiky. Dílčím cílem je zjistit povědomí a preference spotřebitelů v této problematice. Dalším dílčím cílem je popsat teoretická východiska Cause Related Marketingu.

Ke zpracování teoretických východisek práce je použito studia a zpracování dostupné odborné literatury a dalších informačních zdrojů.

V praktické části této práce je využito dostupných informačních zdrojů zvolených podnikatelských subjektů. Ke zjištění spotřebitelského povědomí, vnímání a preferencí poslouží strukturované dotazníkové šetření.

Výsledky, hodnocení a závěry práce

V první části práce jsou popsána teoretická východiska pro základní marketingové pojmy. Dále je charakterizována společenská odpovědnost firem, jejíž je cause-related marketing součástí. Třetí část se věnuje přímo cause-related marketingu a jeho odlišení od často zaměňovaného pojmu sociální marketing. Ke zpracování této části práce byla použita odborná literatura a další informační zdroje uvedené na konci práce.

V praktické části jsou charakterizovány dvě společnosti a jejich projekty v oblasti sdíleného marketingu za rok 2014. Jedná se o projekt Karta dobré vůle od ČSOB a projekt I vaše karta pomáhá od České spořitelny. Tyto projekty se od sebe liší svoji délkou a zaměřením

na segmenty trhu. ČSOB se touto celoroční kampaní zaměřila na segment privátního bankovnictví. Česká spořitelna naopak zapojila do kampaně všechny držitele platebních karet a kampaň byla časově omezená. Projekty jsou z oblasti bankovnictví, které není v České republice až tak typickým prostředím pro tvorbu CRM kampaní na rozdíl od prodeje potravin nebo kosmetiky. Obě kampaně jsou zhodnoceny z hlediska dosažených výsledků. Projekt Karta dobré vůle pomohl ČSOB k zisku titulu Privátní banka roku 2014, počet držitelů přesáhl ke konci roku 2014 metu 470 lidí. V projektu bylo vybráno 668 000 Kč. V projektu I vaše karta pomáhá byla stanovena cílová částka 1 000 000 Kč pro Domov Palata. Tato částka byla překročena o zhruba 75 000 Kč.

Součástí práce je i přiložené dotazníkové šetření zaměřené na věkovou skupinu lidí 21-30 let a jejich povědomí, vnímání a preferencích v dané oblasti. Dotazníkové šetření je zpracováno i s ohledem na možné rozdíly v názorech mezi pohlavími, což je uvedeno pomocí tabulek v přílohách práce. Výstupem z uvedeného šetření je několik doporučení pro společnosti plánující realizovat CRM projekty.

Vybraná použitá literatura

1. KOTLER, Philip, David HESSEKIEL a Nancy LEE. *Good works!: marketing and corporate initiatives that build a better world-- and the bottom line*. Hoboken, N.J.: Wiley, c2012, vi, 282 p. ISBN 1118206681.

2. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Překlad Tomáš Juppa, Martin Machek. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5

3. KULDOVÁ, Lucie. *Společenská odpovědnost firem: [etické podnikání a sociální odpovědnost v praxi]*. 1. vyd. Kanina: OPS, 2010, 189 s. ISBN 978-80-87269-12-1

4. MARCONI, Joe. *Cause marketing: build your image and bottom line through socially responsible partnerships, programs, and events*. Chicago: Dearborn Trade Pub., c2002, xiii, 223 p. ISBN 0793152585.

5. PRSKAVCOVÁ, Martina, et. al. *Společenská odpovědnost firem, lidský kapitál, rovné příležitosti a environmentální management s využitím zahraničních zkušeností: monografie*. Vyd. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2008. ISBN 9788073724368