

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra informačních technologií**



**Teze bakalářské práce**

**Marketing v sociálních sítích**

**Zhodnocení marketingové komunikace firmy  
Student Agency**

**Natalia Shaposhnik**

## **Souhrn**

Tato bakalářská práce analyzuje současný stav marketingového řízení STUDENT AGENCY, která působí v oblasti cestování a dopravy. Cílem práce je představit firmu, zhodnotit její komunikační mix pomocí SWOT analýzy, a na základě výsledků sestavit návrh několika opatření pro udržování zákaznické masy a minimalizaci slabých stránek.

## **Cíl práce a metodika**

Hlavním cílem bakalářské práce byla analýza komunikační aktivity firmy STUDENT AGENCY k. s., představení firmy, popis jejích silných a slabých stránek, zhodnocení stupně využití sociálních sítí k propagaci svých produktů a služeb. Výstupem práce je ucelený názor na současný stav i budoucí vývoj komunikační strategie a návrh doporučení pro zlepšení strategie. Dílčím cílem práce je popsat teoretická východiska k dané problematice.

Teoretická východiska jsou zpracována na základě studia odborné literatury a dalších informačních zdrojů. Praktická část obsahuje SWOT analýzu a zhodnocení marketingové komunikace vybrané společnosti. Syntézou teoretických poznatků a vlastním pozorováním jsou navržena doporučení pro zlepšení komunikace se zákazníky.

## **Výsledky, závěry a doporučení**

V první kapitole jsou popsána teoretická východiska k dané problematice, zaměřená na marketingovou komunikaci. Jsou popsány různé komunikační aktivity mající za cíl zlepšení fungování firmy, posílení informovaností uvnitř i vně společnosti.

V praktické části byly aplikovány získané poznatky z dostupných informačních zdrojů společnosti STUDENT AGENCY, kde jsou popsány firemní identita společnosti, její image, firemní desing.

Svoje jméno si společnost budovala dlouhé roky, nyní image STUDENT AGENCY pracuje sama. Žluté autobusy dělají reklamu nejen produktu dopravy, ale i celé společnosti. Název společnosti znamená «studentská agentura», ale slovo student v názvu společnosti nevymezuje cílovou skupinu, ale připomíná, že během svého života učíme a poznáváme. Společnost STUDENT AGENCY nabízí poznání prostřednictvím cestování a studia v zahraničí. Centrem zájmu firmy vždy byl a zůstává zákazník. Tuto filozofii potvrzují dostupné ceny, akční slevy, modernizace autobusů, budování dlouhodobých vztahů s novými a stávajícími klienty.

Internet zůstává pro Student Agency základním médiem ke komunikaci. V roce 2010 Student Agency spustila nové dobře optimalizované webové stránky. Webová stránka zahrnuje rezervační systém a informuje o jízdním řádu, akčních nabídkách. Společnost se snaží nepoužívat nadměrnou reklamu, která ruší, ale poskytovat informace nenucenou formou.

Při zobecnění analýzy vnitřního a vnějšího prostředí je vidět, že ve společnosti převažují silné stránky nad slabými, což potvrzuje široká síť prodejen a poboček po celé ČR i na Slovensku. Existující slabé stránky je vhodné minimalizovat. STUDENT AGENCY by měla poskytovat širší možnosti připojení k internetu, protože se během cesty často stává, že připojení je buď slabé, nebo žádné. V době trvání krize, jsou sociální sítě nízkonákladovým způsobem, jak propagovat své produkty a služby. Proto dalším doporučením je vytvoření profilu na Instagramu a Twitteru a jejich propojení s hlavní webovou stránkou. Pro zvýšení kvality obsahu profilu na Facebooku by bylo vhodné přidávat videa jako interaktivní způsob propagace a informování.

Tato doporučení jsou spíše doplňujícími k již fungujícím mechanismům společnosti a firma nepotřebuje provádět žádné zásadní změny ve svém konceptu.

## **Vybraná literatura**

Hesková, Marie. *Marketingová komunikace - součást marketingového mixu*. Praha: Vysoká škola ekonomická, Fakulta managementu, 2009.

Karlíček Miroslav, Král Petr. *Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu*. Grada Publishing a.s., 2011

Kolařík, Jiří. <http://www.jiri-kolarik.cz>. <http://www.jiri-kolarik.cz/clanek/jak-na-firemni-prezentaci-v-socialnich-sitich-twitter/>.

Kotler, Philip. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing a.s., 2007.

Přikrylová, Jana. *Moderní marketingová komunikace*. První vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010.

Radka Štavová, Lenka Liška. „Vybíráme pro Vás.“ *Časopis Žlutý 03/15*, 2015.

[studentagency.cz](http://www.studentagency.cz). <http://www.studentagency.cz/o-nas/profil-spolecnosti/>.

[www.tvorba-webu.cz](http://www.tvorba-webu.cz). <http://www.tvorba-webu.cz/seo/>.