

Abstrakt

Název: Analýza zimního stadionu Mělník a návrh marketingového plánu

Cíle: Cílem této práce je zpracování analýz stavu zimního stadionu Mělník a vytvoření návrhu marketingového plánu. Plán by měl posloužit k efektivnějšímu fungování celého zimního stadionu v následujících letech.

Metody: V práci byly zpracovány analýzy stavu stadionu v letech 2011-2013 zaměřené na využití ledové plochy, návštěvnosti veřejného bruslení a bruslení škol a také analýzy týkající se příjmů a výdajů ve stejném období. Bylo provedeno dotazování návštěvníků stadionu a sestavena analýza konkurenčních stadionů v okolí Mělníka. Veškeré získané hodnoty z analýz byly následně porovnávány s celorepublikovým průměrem hodnot získaných z výzkumu KPMG.

Výsledky: Z provedených analýz byl zjištěn potenciál ve větší efektivnosti využití ledové plochy a pronájmu reklamních ploch. Při porovnání financování z veřejných rozpočtů je mělnický stadion oproti průměru ČR ve stejně velkých městech podfinancován. Celý návrh marketingového plánu byl sestaven do 4 hlavních částí zaměřených na získání potenciálních sponzorů, zvýšení využití ledové plochy v měsících září-březen, zvýšení návštěvnosti veřejného bruslení a bruslení škol ve stejném období a v poslední řadě byl vytvořen model využití ledové plochy v měsících duben-srpen.

Klíčová slova: Zimní stadion, marketingový plán, marketingový mix, analýza zimního stadionu