

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ**

**Katedra:** Katedra tělesné výchovy  
**Studijní program:** Ekonomika a management  
**Studijní obor (kombinace):** Sportovní management

Marketingová studie zaměřená na propagaci  
aerobic centra - Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví

Marketing study focused on promotion  
of aerobic center - Zuzi studio Liberec relaxing center of health

**Bakalářská práce:** n 09-FP-KTV-300

**Autor:**  
Pavla Kopecká

**Podpis:**

---

**Adresa:**  
Aloisina výšina 631  
460 15, Liberec 15

**Vedoucí práce:** Ing. Filip Trešl

**Konzultant:** Mgr. Zuzana Kratochvílová

**Počet**

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
54	0	0	3	17	6

V Liberci dne:



## Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne: 20. 05. 2009.

Pavla Kopecká

---

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Filipu Trešlovi za ochotu a odborné vedení této práce. Dále bych ráda poděkovala majitelce Zuzi studia Liberec Mgr. Zuzaně Kratochvílové za cenné informace a praktické rady, které mi po celou dobu práce poskytovala.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce je zaměřena na aerobic centrum – Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví.

Hlavními cíly této práce je seznámení s prostředím a nabídkou služeb Zuzi studia Liberec, vypracování podrobné marketingové studie tohoto centra a sestavení a následné praktické použití konkrétních volnočasových programů pro zaměstnance vybraných libereckých firem.

Tyto volnočasové programy mají za cíl propagaci Zuzi studia Liberec, ale především zlepšení zdravotního a psychického stavu zaměstnanců vybraných libereckých firem. Jedná se o programy sestavené ze služeb Zuzi studia Liberec, které slouží jako prevence stresu a možných civilizačních chorob.

### **Klíčová slova:**

Aerobik centrum, Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví, marketingová studie, volnočasové programy, propagace

## **Annotation**

This bachelor thesis is focused on aerobic centre - Zuzi Studio Liberec relax fitness centre.

The main aims of this work are identification with setting and offering of services of Zuzi studio Liberec, elaboration of detailed marketing study of this centre and setup of free time programmes and its practical use in real programmes for employees in chosen companies in Liberec.

These free time programmes are aimed not only on publicity of Zuzi Studio but mainly on increasing of health and mental condition of employees in chosen companies in Liberec. The programmes are framed from services of Zuzi Studio Liberec and they work as a precaution against stress and possible civilizing illnesses.

### **Key words:**

Aerobic centre, Zuzi Studio Liberec relax fitness centre, marketing study, free time programmes, publicity

## **Die Annotation**

Diese Bachelorarbeit betrifft ein Aerobiczentrum – Zuzi Studio Liberec ist ein sehr angenehmes Relaxationszentrum der Gesundheit.

Die Hauptziele dieser Arbeit sind die Kenntnisnahme von dem Milieu und dem Angebot der Dienste von Zuzi Studio Liberec, die Ausarbeitung der ausführlichen Marketingstudie dieses Zentrums und die Zusammenstellung und die folgende praktische Anwendung der konkreten Freizeitprogramme für Angestellten ausgesuchter Firmen aus Liberec.

Diese Freizeitprogramme stecken sich als Ziel die Propagation des Zuzi Studios Liberec, und vor allem die Verbesserung des Gesundheitszustandes und der psychischen Verfassung der Angestellten der ausgesuchten Firmen aus Liberec. Es handelt sich um die Programme, die aus Diensten des Zuzi Studios Liberec zusammengestellt werden und die als die Stressprävention und die Prävention der eventuellen Zivilisationskrankheiten dienen.

### **Schlüsselwörter:**

das Aerobiczentrum, Zuzi Studio Liberec, das Relaxationszentrum der Gesundheit, die Marketingstudie, die Freizeitprogramme, die Propagation.

# OBSAH

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK .....	10
ÚVOD.....	11
1. CÍLE PRÁCE .....	12
2. MARKETING .....	13
2. 1. Marketingový mix .....	13
2. 1. 1. Produkt .....	14
2. 1. 2. Cena .....	15
2. 1. 3. Místo (distribuce) .....	16
2. 1. 4. Propagace .....	16
2. 2. Služby .....	18
2. 2. 1. Kvalita služeb .....	18
2. 3. Marketingový plán.....	19
2. 4. SWOT analýza.....	20
2. 4. 1. Mikroprostředí .....	21
2. 4. 2. Makroprostředí .....	22
3. MARKETING VE SPORTU .....	23
3. 1. Historie sportovního marketingu.....	23
3. 2. Vývoj sportovního marketingu v České republice .....	23
3. 3. Pozitiva a negativa sportovního marketingu .....	24
4. VÝZNAM TĚLESNÉ A POHYBOVÉ AKTIVITY.....	25
4. 1. Význam pohybové aktivity.....	25
4. 2. Význam aerobních forem cvičení.....	25
4. 3. Význam pomalých forem cvičení.....	26
5. ZUZI STUDIO LIBEREC POHODOVÉ CENTRUM ZDRAVÍ.....	27
5. 1. Základní údaje Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví.....	27
5. 2. Historie Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví.....	27
5. 3. Nabízené služby Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví .....	28
5. 3. 1. Služby zaměřené na fyzickou stránku těla .....	28
5. 3. 2. Služby zaměřené na psychickou relaxaci a sebepoznání .....	30
5. 3. 3. Prodej.....	32
6. MARKETINGOVÝ PLÁN ZUZI STUDIA LIBEREC POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ.....	33

6. 1. Úvod .....	33
6. 2. Aktuální marketingová situace .....	33
6. 3. Rozbor příležitostí a očekávání v makroprostředí .....	34
6. 4. SWOT analýza Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví .....	35
6. 4. 1. Mikroprostředí .....	35
6. 4. 2. Makroprostředí .....	36
6. 5. Údaje o trhu .....	38
6. 6. Profil zákazníka .....	38
6. 7. Postavení konkurence .....	39
6. 7. 1. Bazén Liberec – Wellness centrum .....	39
6. 7. 2. Pilateslife .....	40
6. 7. 3. Fit studio Hadrák .....	40
6. 7. 4. Aerobic studio Euforia .....	41
6. 8. Porovnání konkurenčních podniků .....	41
6. 8. 1. Porovnání služeb zaměřených na fyzickou aktivitu .....	41
6. 8. 2. Porovnání služeb zaměřených na relaxaci lidského těla .....	42
6. 8. 3. Porovnání prostředí konkurenčních podniků .....	42
6. 8. 4. Shrnutí .....	43
6. 9. Cíle .....	44
7. VOLNOČASOVÝ PROGRAM PRO ZAMĚSTNANCE LIBERECKÝCH FIREM .....	45
7. 1. Čtyřhodinový volnočasový program Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví .....	45
7. 1. 1. Harmonogram a průběh volnočasového programu .....	46
7. 2. Celodenní volnočasový program Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví .....	46
7. 2. 1. Harmonogram a průběh volnočasového programu .....	47
7. 3. Přínos volnočasových programů pro zaměstnance vybraných firem .....	48
8. LIBERECKÉ FIRMY - VYBRANÉ PRO NABÍDKU VOLNOČASOVÉHO PRORAMU ZUZI STUDIA LIBEREC .....	49
8. 1. Krajská nemocnice Liberec a.s. ....	49
8. 1. 1. Průběh nabídky volnočasových programů v Krajské nemocnici Liberec a. s. ....	49
8. 2. Krajský úřad Liberec .....	50



8. 2. 1. Průběh nabídky volnočasových programů na Krajském úřadě Liberec .....	50
ZÁVĚR.....	51
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....	52
SEZNAM PŘÍLOH .....	54

## **Seznam použitých zkratk**

a.s. – akciová společnost

Ae. - aerobní

apod. – a podobně

č. – číslo

hod. – hodina

Ing. – Inženýr

Kč – korun českých

Mgr. – Magistr

min. – minuta

např. – například

obr. – obrázek

tab. – tabulka

TJ – tělovýchovná jednota

tj. – to jest

Tř. – třída

tzn. – to znamená

tzv. – tak zvaně

ZRTV - Základní a rekreační tělesná výchova

## ÚVOD

Žijeme v rychlé době, kde věda a technika postupuje mílovými kroky vpřed a kvalita života lidí se posunula nesrovnatelně dopředu. Pracujeme několik hodin denně ve velmi náročných podmínkách a jsme vystaveni neustálému stresu. Tento hektický způsob života si však bere svou daň. Daň na našem zdraví. Čím dál častěji se u lidí setkáváme s nadváhou, bolestmi zad, kardiovaskulárními chorobami, stresem a dalšími civilizačními chorobami. Jako jedna z hlavních prevencí těmto nemocem je zdravý životní styl. Sem patří hlavně správné dodržování životosprávy a stravovacích návyků a v neposlední řadě pravidelný pohyb. Neměli bychom čekat, až nás postihne nějaká ze zmiňovaných nemocí a následně na to měnit svůj životní režim, ale měli bychom tomuto předcházet a začít se změnou našeho životního stylu právě teď.

Ve své bakalářské práci bych chtěla sestavit marketingový plán zaměřený na Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví, ve kterém již několik let působím jako lektorka aerobiku. Tento plán bych dále ráda prezentovala u vybraných libereckých firem, za účelem zlepšení životního stylu zaměstnanců. Chtěla bych oslovit majitelé a vedoucí těchto firem, neboť právě oni by měli mít zájem na tom, aby jejich zaměstnanci, byli zdraví, stresu odolní, odpočatí a v psychické pohodě. A je dokázáno, že k tomu napomáhá právě zdravý životní styl. Pravidelný pohyb a zdravá vyvážená životospráva udržuje tělo v kondici a napomáhá fyzické, ale také psychické rovnováze. To by si měli uvědomit všichni zaměstnavatelé a měli by podpořit své zaměstnance k zdravému životnímu stylu.

Zuzi studio Liberec má širokou nabídku služeb jak napomoci ke zdravému a pohodovému životu. Toto fitcentrum se zaměřuje především na ženy, ale i muži si ze široké nabídky najdou své. Ve své práci chci shrnout veškeré služby, které Zuzi studio nabízí a sestavit z nich výhodný plán pro majitele již zmiňovaných firem, kteří by jej mohli poskytovat svým zaměstnancům.

Lidé by se měli naučit že, pravidelný a cílený pohyb patří k jejich životu a bez správného a zdravého pohybu doplněného o správné stravování pozná naše tělo v průběhu života mnoha změn, které mají negativní vliv na naše zdraví.

# **1. CÍLE PRÁCE**

## **I. Hlavní cíl**

Vytvořit marketingovou studii zaměřenou na propagaci libereckého aerobik centra – „Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví“. Tato studie by měla mít praktické využití u vybraných libereckých firem, jako prezentace Zuzi studia Liberec, ale hlavně jako nabídka volnočasového programu pro zaměstnance těchto podniků, za účelem zlepšení jejich životního stylu a tím následně i zlepšení jejich pracovní činnosti.

## **II. Dílčí úkoly**

- 1) Seznámení s prostředím Zuzi studia Liberec, charakterizování nabízených služeb aerobik centra a jejich pozitivní účinek na člověka.
- 2) Obecné informace o marketingu ve sportu a obecný popis marketingové studie.
- 3) Sestavení marketingové studie na Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví a sestavení SWOT analýzy tohoto aerobik centra.
- 4) Sestavení konkrétního volnočasového programu pro zaměstnance vybraných libereckých firem.
- 5) Praktické použití volnočasového programu Zuzi studia Liberec u 2-3 libereckých firem.

## 2. MARKETING

Marketing je aplikovaný vědní obor, který je součástí managementu. Zahrnuje mnoho činností, které jsou zaměřeny na vytvoření podmínek pro realizaci směny. Jeho hlavním úkolem je určit potřeby a požadavky cílové skupiny zákazníků a poskytovat požadovanou spokojenost.

Vzhledem k tomu, že marketing představuje skutečně velmi široký soubor lidských aktivit, lze na něj nazírat z různých pohledů. Proto se můžeme setkat s několika definicemi marketingu: [7]

- Definice Americké marketingové asociace z roku 2004 vymezuje marketing jako *„činnost organizace a soubor procesů pro vytváření, komunikaci a poskytnutí hodnoty zákazníkům a pro řízení vztahů se zákazníky takovým způsobem, že z něj mají prospěch organizace i její klíčové veřejnosti“*. [8]
- Definice podle Ph. Kotlera, který z hlediska celospolečenského chápe marketing jako *„sociální a manažerský proces, jehož pomocí získávají lidé to, co potřebují nebo po čem touží, a to na základě produkce komodit a jejich směny za komodity jiné a nebo peníze“*. [7]

### **2. 1. Marketingový mix**

Marketingový mix je v současné době v marketingovém managementu klíčovým pojmem. Je to soubor marketingových nástrojů, jimiž firma dosahuje svých marketingových cílů. Jde o vše podstatné, s čím se firma obrací na trh a zákazníky. [7]

Klasická podoba marketingového mixu se skládá ze čtyř proměnných, které jsou definovány jako „4P“ :

- produkt (product)
- cena (price)
- místo (place)
- propagace (promotion)

Marketingový mix je souhrnem nástrojů, které vyjadřují vztah podniku k jeho vnějšímu okolí, tzn. k zákazníkům, dodavatelům, distribučním organizacím, zprostředkovatelům, médiím apod. Jednotlivé složky marketingového mixu se mohou dále dělit a členit. Takovéto rozdělení se často označuje termíny výrobní, cenový, distribuční, propagační mix.

Při sestavování marketingového mixu je nutné respektovat vzájemné vazby jednotlivých prvků. Úspěchu na trhu docílíme pouze při správném „poměru“ či kombinaci všech zmíněných složek. Jedna, i když vynikající složka marketingového mixu nám nezaručí úspěch, pokud budeme ostatní části zanedbávat. Proto se musíme snažit propojit všechny složky a pokusit se nejen docílit tzv. dokonalého produktu, ale také sestavit odpovídající cenu, zajistit luxusní distribuci a v neposlední řadě utvořit perfektní propagaci v prestižních médiích. [7, 8]

### 2. 1. 1. Produkt

Produkt je nejdůležitější složkou marketingového mixu, neboť je tím, co chceme na trhu prodat. Produktem chápeme vše, co uspokojí nějakou lidskou potřebu. Může to být jak předmět hmotný, tak nehmotný.

Podle definice americké marketingové asociace je *za produkt považováno to, co lze na trhu nabídnout k upoutání pozornosti, k získání, užívání a nebo ke spotřebě, tj. vše, co se vyznačuje schopností uspokojit přání nebo potřeby zákazníků.* [8]

V marketingu rozlišujeme tři základní části produktu:

1. **jádro produktu** – hlavní užitek a hodnota produktu, vše co je zákazníkovi schopen produkt nabídnout a poskytnout
2. **reálný produkt** – kvalita a způsobilost plnit požadované funkce produktu, jedná se o životnost, spolehlivost přesnost, funkčnost, ovladatelnost apod.
3. **rozšířený produkt** – rozšiřující faktory, které poskytují zákazníkovi výhodu, jako například výhody při zakoupení produktu, instalace a uvedení do provozu, doprava, záruky, úvěry [8]

#### Příklad z praxe

Představme si nehmotný produkt, který pro nás představuje lekce aerobiku. V takovém případě můžeme jako jádro produktu chápat fyzickou aktivitu zákazníka a jeho tvarování postavy nebo fyzickou relaxaci. Všechny tyto zmiňované aspekty jsou hlavním

užitkem lekce cvičení. Reálnou část zvoleného produktu zde tvoří kvalita lektora aerobiku, prostředí místa, kde je služba poskytována nebo výběr a kvalita cvičení. Poslední složkou produktu je tzv. rozšířený produkt, který v našem případě tvoří např. poskytnutí tekutin ke každé lekci zdarma, nebo při pravidelné návštěvě lekcí možnost slevy na relaxační masáže.

### **2. 1. 2. Cena**

Cenou v marketingovém mixu se považuje to, co požadujeme za určitý produkt. Cena je jediná složka marketingového mixu, která přináší firmě zdroj příjmů a je přímo spjata se ziskem.

Stanovení ceny je jedním z nejdůležitějších kroků manažerského rozhodování, a proto by mu měla být věnována dostatečná pozornost.

Cenu můžeme sestavit různými způsoby. K základním z nich patří:

1. cena založená na nákladech
2. cena na základě poptávky
3. cena na základě cen konkurence
4. cena podle marketingových cílů firmy
5. cena podle vnímané hodnoty produktu zákazníkem [8]

#### Příklad z praxe

Zvolení správné ceny tak, aby byla výhodná jak pro poskytovatele produktu, tak pro zákazníka je velmi složité. Nejčastěji se setkáváme se sestavováním ceny na základě nákladů. Například při zvolení ceny lekce aerobiku musíme brát v úvahu tyto náklady:

- provoz aerobního sálu a celého aerobik centra na jednu lekci aerobiku (osvětlení, hudba, klimatizace, voda)
- zaplacení lektora
- zaplacení osoby, která je na recepci fit centra

Tyto náklady musíme sečíst. Dále je zapotřebí určit maximální kapacitu aerobního sálu a vydělit spočtené náklady na jednu lekci aerobiku kapacitou. K tomuto číslu připočteme ještě požadovaný zisk z každé lekce. Tímto získáme cenu produktu, kterou ještě můžeme porovnat s konkurencí a případně jí podle konkurence upravit.

### 2. 1. 3. Místo (distribuce)

Místo nebo-li distribuci v marketingovém mixu chápeme jako proces, kdy produkt přesouváme z místa jeho vzniku k zákazníkovi. Jde o velmi náročnou, složitou ale i účinnou složku marketingového mixu. Cílem distribuce je poskytnout zákazníkovi požadované produkty na dostupném místě, ve správném čase a v adekvátním množství. K takovému procesu nám napomáhají distribuční cesty nebo-li distribuční kanály. Distribuční cesty můžeme chápat jako soubor nezávislých organizací účastnících se procesu, který umožňuje spotřebu výrobku nebo služby. Výběr distribučního kanálu závisí na druhu zboží, segmentaci trhu a na konkrétním spotřebiteli. Existují čtyři základní distribuční kanály:

1. výrobce – zákazník
2. výrobce – maloobchod – zákazník
3. výrobce – velkoobchod – maloobchod – zákazník
4. výrobce – agent – velkoobchod – maloobchod - zákazník

[4, 8]

#### Příklad z praxe

V oblasti tělovýchovy a sportu se nejčastěji distribuce uskutečňuje nejjednodušším způsobem a to od výrobce přímo k zákazníkovi. Takto probíhá distribuce při nehmotných produktech jako je návštěva fit centra nebo sestavování různých sportovních programů pro zákazníky. Pouze jedná-li se o hmotné produkty (např. sportovní pomůcky, nářadí, oblečení) dochází ke všem čtyřem distribučním kanálům.

### 2. 1. 4. Propagace

Poslední, ale mimořádně viditelnou a důležitou složkou marketingového mixu je propagace. Jejím prostřednictvím sděluje podnik zákazníkům, obchodním partnerům či veřejnosti informace o své činnosti, nejčastěji pak o svých produktech, cenách a místech prodeje.

Propagace bývá také často nazývána komunikační mix nebo marketingová komunikace. Do této činnosti řadíme několik složek:

- **reklama** – Je to placená, neosobní a jednosměrná forma komunikace, která patří do nejstarší a nejznámější složky propagace. Reklamu nejčastěji dělíme podle sdělovacích prostředků, které používá (tisková, rozhlasová, televizní reklama).



- **podpora prodeje** – Jejím cílem je zvýšení prodeje a zařízení, aby se produkt stal pro zákazníka atraktivnější a dostupnější. Je to velmi účinná složka propagace, která se však dá použít jen krátkodobě, neboť je finančně velmi náročná (dáváme zákazníkovi „něco“ zdarma).
- **public relations** – Je to soustavné budování dobrého jména firmy, vytváření pozitivních vztahů a komunikace s veřejností. Dělíme je na komunikaci s vnitřním a vnějším prostředím podniku.
- **osobní prodej** – Je postaven na osobní a bezprostřední komunikaci se zákazníkem. Zde je velmi důležitá osobnost prodejce, jeho chování, vystupování a znalost dané problematiky.
- **přímý marketing** – Zabývá se co nejpřesnějším výběrem cílového trhu. Neoslovuje zbytečně širokou veřejnost, ale zaměřuje se pouze na zákazníky, pro které může být určitý produkt zajímavý. [8]

#### Příklad z praxe

Propagační systém fit centra může být zpracován různými způsoby, pro ukázkou může vypadat např. takto:

- reklama – fit centrum bude mít zaplacenou rozhlasovou reklamu v radiu, které působí na území, kde se sportovní centrum nachází.
- podpora prodeje – fit centrum bude poskytovat zákazníkům, kteří si pořídí permanentku na cvičení jednu návštěvu masáže zdarma.
- public relations – vybudování dlouholeté tradice a dobrého jména fit centra pomocí kvalitních služeb, které podávají výborní a proškolení lektoři. Vybudování stylu a zaměření fit centra.
- osobní prodej – fit centrum musí dbát na proškolení svých lektorů v oboru fitness, např. své zaměstnance posílá na školení a kongresy týkající se jejich oboru. Lektoři pak budou mít více odborných znalostí, což jistě pomůže při jejich práci se zákazníkem.
- přímý marketing – fit centrum může oslovit určitou cílovou skupinu, (např. ženy – na mateřské dovolené) pro kterou uskuteční speciální nabídku služeb (pro ženy na mateřské dovolené to může být např. cvičení s dětmi).

## 2. 2. Služby

Produkt jako nejdůležitější složka marketingového mixu se dělí na hmotné a nehmotné produkty. Nehmotným produktům nebo-li službám se budeme více věnovat v této kapitole.

Definice služeb podle amerických autorů Kotlera a Armstronga zní: „*Služba je jakákoliv činnost nebo výhoda, kterou jedna strana může nabídnout druhé straně, je v zásadě nehmotná a jejím výsledkem není vlastnictví. Produkce služby může, ale nemusí být spojena s hmotným produktem.*“ [9]

V marketingu se služby od hmotných výrobků odlišují tzv. „4I“ podle začátečních písmen čtyř anglických vlastností:

- Nehmotnost (intangibility) – služby nemají tvar, chuť, barvu ani obal a jejich vlastní podstata je nehmotná.
- Nestálost (inconsistency) – realizace a kvalita služby jsou velice nestálé a proměnlivé, neboť závisí na konkrétních lidských subjektech a na jejich momentální situaci.
- Neoddělitelnost (inseparability) – služba je často neoddělitelně spjata s místem, časem a osobou, která službu zajišťuje.
- Neskladovatelnost (inventory) – služby nemohou být skladovány, nedají se často odložit ani posunout, zákazník čeká na službu nikoli služba na zákazníka. [8]

### 2. 2. 1. Kvalita služeb

Tlak na zvyšování kvality služeb je jedním z imperativů současného podnikání v této dynamické oblasti. Kvalitnější služba je nezbytná pro odlišení od konkurence.

Při poskytování služeb je nejdůležitějším prvkem osoba nebo lidé, kteří jsou v přímém kontaktu se zákazníkem. Při poskytování, co nejlepších služeb musíme dbát na to, aby tito lidé a osoby byli patřičně proškoleni o hlavních zásadách chování při jednání se zákazníkem. Proces prodeje souvisí také s tím, jak je služba poskytována a jak probíhá samotné předávání služby zákazníkovi. Adekvátnost a kvalita služeb musí být pečlivě naplánována a dodržena. Dále by při komunikaci se zákazníkem měla být zdůrazněna úroveň kvality, druh vybavení a zařízení.

Úkol prodávat služby je mnohdy složitější a obtížnější než prodávat výrobky a to pro jejich již zmíněnou nehmotnost. Prodejci služeb by měli dbát na důvěryhodnost dané služby, neboť zákazník při objednání služby, na rozdíl od výrobku, nikdy dopředu zcela neví,

jakou kvalitu služby dostane. Prodejce služeb musí být jinými slovy odborníkem na vytváření atmosféry důvěry mezi zákazníkem a prodejcem. [8, 9]

Kvalitu služeb můžeme rozdělit do deseti položek:

1. **Spolehlivost** – jako schopnost realizovat a poskytovat služby spolehlivě a správně
2. **Vnímavost** – schopnost reagovat rychle, iniciativně a tvořivě na přání a potřeby zákazníků
3. **Kompetentnost** – uplatnění požadovaných schopností, znalostí a zručností k bezchybnému poskytnutí služby
4. **Zdvořilost** – kultivovanost, ohleduplnost, vstřícnost, pozornost, uctivost srdečnost v přístupu k zákazníkům
5. **Důvěryhodnost** – loajalita vůči zákazníkům, důvěryhodnost a upřímnost
6. **Bezpečnost, jistota** – poskytování služby nesmí představovat pro zákazníka nejistotu, riziko či nebezpečí, případně musí být o možném riziku předem pravdivě informován
7. **Přístupnost** – snadná přístupnost na vhodném místě, ve vhodném čase a s krátkou čekací dobou
8. **Hmatatelnost, materiálnost** – úroveň fyzického vybavení, technického zařízení pro poskytnutí služby
9. **Komunikativnost** – schopnost přesně a srozumitelně popsat službu, pohotově a rychle ji poskytnout
10. **Pochopení zákazníka** – poznat zákazníka a jeho problémy, poskytnout mu individuální pozornost [8]

### 2. 3. Marketingový plán

Marketingový plán je jedním ze základních nástrojů marketingového řízení, jehož důležitým principem je schopnost pružně a operativně reagovat na situaci na trhu.

V praxi se konkrétní obsah marketingového plánu skládá z několika částí, které na sebe přímo navazují. Ve stručné podobě vypadají takto:

1. **Úvod** – krátké shrnutí hlavních cílů marketingového plánu, které se v dalších částech plánu jednotlivě rozpracují.

2. **Aktuální marketingová situace** – zde se vychází ze složek mikroprostředí (údaje o zákaznících, konkurenci, dodavatelích, odběratelích), jedná se o analýzu silných a slabých stránek
3. **Rozbor příležitostí a očekávání v makroprostředí** – určuje hlavní příležitosti a hrozby podniku ve vztahu k silným a slabým stránkám, vychází z makroprostředí (demografické, ekonomické, přírodní, technologické, sociální a kulturní vlivy)
4. **Údaje o trhu** – obsahuje základní údaje o trhu
5. **Profil zákazníka** – počty a hlavní charakteristiky skupin zákazníků (jejich preference, potřeby, kupní síla)
6. **Postavení konkurence** – určení hlavních konkurentů, jejich stručná charakteristika a pochopení jejich záměrů a chování
7. **Situace v produktovém, cenovém, distribučním a komunikačním mixu** – jedná se o porovnání s konkurencí
8. **Cíle** – na základě předešlých informací se stanoví základní cíle

Podle toho to schématu obecného marketingového plánu budu postupovat při sestavování konkrétního plánu na aerobic centrum Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví. [16]

## 2. 4. SWOT analýza

V předešlé kapitole o marketingovém plánu se v bodech 2. a 3. zmiňuji o rozboru mikroprostředí a makroprostředí a o následném určení silných a slabých stránek podniku a o jeho příležitostech a hrozbách. Tyto složky patří do tzv. SWOT analýzy. [8]

SWOT analýza je klíčovou metodou, která se používá při situační analýze, nebo při sestavování marketingového plánu či strategie. Tato metoda je nazvána podle počátečních písmen těchto anglických slov:

- S – strengths (síly)
- W – weaknesses (slabosti)
- O – opportunities (příležitosti)
- T – threats (hrozby)

SWOT analýza poskytuje manažerům a firmám logický rámec pro hodnocení současné a budoucí pozice jejich podniku. Dále tato analýza pomáhá určit, jaké strategické alternativy mohou podniku nejvíce prospět a jsou pro něj nejvhodnější.

V praxi se analýza SWOT sestavuje tak, že provedeme podrobný rozbor interního (mikroprostředí) a externího (makroprostředí) prostředí firmy a do čtverce rozděleného na čtyři části vypíšeme silné, slabé stránky podniku a jeho příležitosti a hrozby. Čtverec zobrazující zápis SWOT analýzy najdete v tabulce č. 1. [4, 8]

Tab. č. 1: Čtverec zobrazující zápis SWOT analýzy.

Mikroprostředí	Silné stránky	Slabé stránky
Makroprostředí	Příležitosti	Hrozby

#### 2. 4. 1. Mikroprostředí

Do mikroprostředí nebo-li interního prostředí firmy řadíme vše, co se dotýká podniku a přímo s ním souvisí. Jedná se o vlastní podnik, zaměstnance, zákazníky, dodavatele a marketingové zprostředkovatele, složky marketingového mixu a v neposlední řadě konkurenty. Všechny tyto faktory podnik přímo ovlivňují a firma je na nich z menší či větší míry závislá, ale dokáže je sama ovlivňovat a měnit.

Pro posouzení kvality a stavu mikroprostředí nám slouží silné a slabé stránky podniku nebo-li S-W analýza (analýza silných a slabých stránek). [8, 9]

#### **2. 4. 2. Makroprostředí**

Makroprostředí firmy je sestaveno z faktorů, které přímo či nepřímo ovlivňují podnik zvenčí a působí na veškeré jeho aktivity. Jedná se o demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politické a kulturní prostředí. Na tyto faktory nemá firma prakticky žádný vliv a snaží se je pouze kontrolovat a sledovat, aby na ně mohla svými aktivitami, co nejdříve a nejefektivněji zareagovat.

Pro zjištění veškerých příležitostí a hrozeb trhu nám v marketingu pomáhá sestavení O-T analýzy, která nám určí atraktivní příležitosti trhu, ale také jeho nebezpečí a nástrahy.

[8, 9]

### **3. MARKETING VE SPORTU**

Sport je dnes vedle své společensko-kulturní úlohy hlavně dynamickým marketingovým odvětvím. Zásadní výhodou sportu je masová sledovanost kompletním spektrem cílových skupin.

Marketing se stal nedílnou součástí sportovního průmyslu, neboť je stále více vyhledává na trhu produktů a služeb. Pojem sportovní marketing se často rozumí jen jako sponzoring a reklama, ale patří sem i další odvětví marketingu, které napomáhají obchodu ve sportovním odvětví. [3, 12]

#### **3. 1. Historie sportovního marketingu**

Od začátku sedmdesátých let získává marketing ve sportu své stálé místo. Nejprve se objevuje ve formě sponzoringu a reklamy. V západní Evropě tomu napomohlo vytvoření první německé fotbalové Bundesligy. V roce 1973 se zde poprvé zobrazuje reklama na dresech hráčů, která však nemá příznivý ohlas. Postoj sportovní asociace byl k reklamě na lidech negativní, neboť považovali „živé reklamní sloupy“ za nemorální a sportovně neetické. Dále také tvrdili, že taková reklama škodí pohledu na sport a jeho společensko-politické pozici a svádí ke korupci a úplatkům.

Postupem času však marketing pomalu proráží ve světě sportu a stává se jeho nedílnou součástí. Nárůst volného času ve společnosti a stále větší zájem o sport samotný, reklamě a marketingu ve sportu velmi pomohl.

Díky přibývajícím sportovním přenosům a stále větším zájmem lidí o sport je marketing ve sportu dále více důležitý a je ve svém největším rozvoji. Ve světovém měřítku má marketing, sponzorství a reklama ve sportu stoupající tendenci a můžeme jen očekávat jeho další rozvoj a vývoj. [12]

#### **3. 2. Vývoj sportovního marketingu v České republice**

Podobně jako tomu bylo ve vyspělých Evropských zemích na začátku 70. let 20. století, i u nás se sponzoring, marketing a reklama ve sportu vyvíjí velmi pomalu. Oblast marketingu byla na našem území v minulém období velmi zanedbávána. Prodej reklam začal

až v roce 1990, takže je zde pouze krátkodobá tradice. Ale i přesto se marketing v českých podmínkách stává nezastupitelným prvkem sportu.

Ve formě sponzoringu a reklam putuje do českého sportu velké množství peněz, bez kterého by však naše tělovýchova a sport nebyla v takovém rozkvětu a na tak vysokém místě ve světovém žebříčku. [12]

### **3. 3. Pozitiva a negativa sportovního marketingu**

Sportovní marketing vnáší do tělesné výchovy a sportu určitá pozitiva a negativa. Umožňuje strukturalizovat a precizovat nabídku určitých produktů a dovoluje dosahování zvolených cílů organizace.

Mezi pozitiva sportovního marketingu jistě patří, ujasnění a určení cílových skupin zákazníků tělovýchovy a sportu. Dále to je rozdělení produktů a jejich funkcí nebo-li diferenciací nabídky produktů nebo služeb, které mohou přinést finanční efekt a které nikoliv. Dalším pozitivním faktorem sportovního marketingu je výborné promyšlení propagace sportovních klubů nebo center. V neposlední řadě sportovní marketing umožňuje získávání doplňkových finančních zdrojů, které umožňují rozvoj neziskových aktivit tělovýchovy a sportu.

Mezi negativa sportovního marketingu můžeme zařadit nerespektování tělovýchovy a sportovní odbornosti z pozice financí, nebo skutečnost, že marketing vede ke gigantomanii sportu. Další negativní skutečností je smluvní vázanost na sponzory, která omezuje svobodnou volbu a osobní práva sportovce. Se zvýšenou atraktivností sportu, také sportovci zvyšují hranice pro dosažení svých cílů, což může vést až k používání zakázaných podpůrných prostředků. Poslední, ale neméně důležité z negativ sportovního marketingu je skutečnost, že se sport čím dál tím víc přibližuje k hrané show, která je zaměřená především na reklamu a ne na sportovní výkony. [3]



## **4. VÝZNAM TĚLESNÉ A POHYBOVÉ AKTIVITY**

### **4. 1. Význam pohybové aktivity**

Nesmíme zapomínat, že s pohybem jsou úzce spjaty veškeré funkce lidského těla. Po mnoha tisíc generací se lidský organismus vyvíjel a přizpůsoboval svou pohybovou aktivitu náročným podmínkám.

Od nástupu průmyslové revoluce došlo vysokým vlivem technizace k výraznému snížení objemu i intenzity přirozené pohybové aktivity. Velká část obyvatelstva, a to nejen dospělých, ale také dětí, žije sedavým způsobem života. Nedostatek pohybové aktivity při téměř nezměněném přísunu energie znamená nerovnováhu, která vede k tzv. civilizačním chorobám. To jsou onemocnění, kterými v současné době trpí již velká část obyvatelstva. Jsou to např. obezita, ischemická choroba srdeční nebo diabetes. Kompenzace této nevyváženosti pomocí správné životosprávy a zařazením cvičení do denního režimu se zdá jako jediné schůdné řešení vážného civilizačního problému. Hlavní význam pohybové aktivity je primární i sekundární zdravotní prevence.

Díky pravidelnému cvičení docílíme nejen lepšího zdraví, ale také spokojenějšího a produktivnějšího života. Další z pozitivních složek aktivního pohybu jsou příjemné pocity, které tělesnou aktivitu provázejí. Jsou to převažující pocity libosti, které jsou způsobeny vyplavováním endorfinů, které snižují bolest, zlepšují náladu a navozují radost z pohybu samotného.

Pohybová aktivita také umožňuje navazování a udržování sociálních a přátelských vztahů, čím se stává sociálně-kulturní aktivitou.

Veškeré ze zmiňovaných pozitivních prvků tělesné aktivity jsou podmíněny pohybovou činností adekvátní věku, intenzitě a tělesné zdatnosti jedince. [13]

### **4. 2. Význam aerobních forem cvičení**

Komerční aerobik je tělesné cvičení v aerobní zóně, což znamená pod anaerobním prahem. Je to tělesná aktivita s mírnou střední intenzitou, kdy je pro tělo zajištěn dostatečný přísun kyslíku k pracujícím svalům. Jedná se o vytrvalostní cvičení, které za výše uvedených předpokladů vede k odbourávání přebytečného tělesného tuku a formování postavy.

Aerobik je vhodnou pohybovou aktivitou pro zdravé jedince všech věkových kategorií. Pravidelná vytrvalostní zátěž vede k adaptaci srdečně cévního a dýchacího systému,

zlepšuje se také metabolismus, funkce pohybového a nervového aparátu a v neposlední řadě dochází také k pozitivním psychickým změnám. [6]

### **4. 3. Význam pomalých forem cvičení**

Hlavním významem pomalých forem cvičení je uvolnění a relaxace. To podporuje vědomé a pravidelné dýchání při cvičení. Hlavními a nejrozšířenějšími představiteli pomalých forem cvičení je pilates a jóga v mnoha podobách. Při těchto cvičeních se velice dobře a efektivně zapojuje vnitřní svalový stabilizační systém, který působí na zlepšení držení těla, rovnováhy a také na rovnoměrné tvarování celého těla.

Pomalé formy cvičení jsou lidmi v této době vyhledávány, neboť fungují jako útěk za odpočinkem a relaxací. Lidé zde dočerpají energii, kterou během celého dne v práci, ale také doma museli vynaložit. Pomalé cvičení je také výborným doplňkem veškerých sportů a aktivit. [15]

## **5. ZUZI STUDIO LIBEREC POHODOVÉ CENTRUM**

### **ZDRAVÍ**

Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví patří v Liberci mezi nejdéle fungující aerobik centra. Jeho majitelka Mgr. Zuzana Kratochvílová v něm nabízí širokou nabídku služeb, ve kterých se kromě udržování fyzické kondice svých klientek snaží pečovat o jejich psychickou a duševní pohodu. Zuzi studio klade důraz na příjemné, přátelské a až rodinné prostředí, ve kterém se příznivci aerobiku každého věku a všech výkonnostních kategorií budou cítit, co nejlépe. Toto prostředí je ještě podpořeno příjemným kolektivem, který je sestaven z profesionálně vyškolených lektorek různých forem aerobiku.

#### **5. 1. Základní údaje Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**

**adresa:** Tř. M. Horákové 382

460 01 Liberec 4

**majitelka:** Mgr. Zuzana Kratochvílová (fyzická osoba)

**web:** [www.zuzistudio.cz](http://www.zuzistudio.cz)

**e-mail:** [zuzistudio@seznam.cz](mailto:zuzistudio@seznam.cz)

**telefon:** +420 482 710 043

+420 606 232 242

#### **5. 2. Historie Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**

Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví má v Liberci dlouhodobou tradici a prošlo několika proměnami. A však cíl tohoto centra zůstával stále stejný – mít ve svém centru spokojené zájemce o komerční cvičení aerobiku.

Zuzi studio Liberec bylo založené v roce 1991. V této době bylo Zuzi studio součástí Tělovýchovné jednoty jako oddíl ZRTV (Základní a rekreační tělesná výchova při TJ Dukla Liberec). Pod vedením Mgr. Kratochvílové v hale liberecké Dukly probíhali komerční hodiny aerobiku pro širokou veřejnost.

V roce 1995 se Zuzi studio osamostatnilo a začalo fungovat jako „soukromé podnikání a služby obyvatelstvu“. Od roku 1995 do roku 1999 se Zuzi studio nacházelo v blízkosti liberecké galerie. Zde mělo Zuzi studio jeden prostorný sál, kde probíhaly komerční hodiny aerobiku, které byly prioritou tohoto centra. V této době také vzniká v Zuzi studiu Liberec nový oddíl sportovního aerobiku. Tento oddíl měl 30 členů (děti od 6 do 17 let), kteří sbírali úspěchy na domácích soutěžích sportovního aerobiku.

V roce otevření nového libereckého areálu Babylon (1999) se Zuzi studio Liberec přestěhovalo do prostor tohoto komplexu. Zde mělo v pronájmu velké prostory (tři prostorné aerobní sály), které umožňovaly rozšířit lekce komerčního aerobiku pro dospělé, ale také zařadit komerční hodiny cvičení pro děti (děti od 3 do 17 let). Rozšířil se také sportovní oddíl aerobiku, který v této době měl 100 členů, kteří sbírali úspěchy nejen na domácím poli, ale také na světových soutěžích jako je Mistrovství Světa nebo Evropy. Zuzi studio Liberec získávalo na své atraktivnosti a popularitě.

V roce 2006 se Zuzi studio Liberec stěhovalo znovu, ale nyní již do vlastních prostor Mgr. Kratochvílové na ulici Milady Horákové, kde najdeme Zuzi studio i dnes. Se změnou prostor změnilo Zuzi studio Liberec i svůj název na *Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví*. Již název napovídá, že aerobik centrum prošlo jistými změnami. Zuzi studio ukončilo činnost oddílu sportovního aerobiku a začalo se soustředit a preferovat pouze komerční hodiny cvičení pro dospělé, a zařadilo do své nabídky služby, které se nezaměřují pouze na fyzickou stránku těla, ale také na psychickou relaxaci duše.

### **5. 3. Nabízené služby Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**

Jak bylo již zmíněno Zuzi studio nabízí širokou škálu služeb, které mají pomoci klientům tohoto aerobik centra k pohodovému, zdravému životnímu stylu a k celkové psychické pohodě a relaxaci. Tyto služby se nezaměřují pouze na tělesnou a fyzickou část lidského těla, ale také na tu psychickou a duševní, neboť tělo i duše musí být v souladu.

#### **5. 3. 1. Služby zaměřené na fyzickou stránku těla**

Komerční lekce aerobiku a pomalých forem cvičení, které jsou vedené profesionálními lektorkami, patří k hlavní náplni Zuzi studia Liberec.

Rozvrh hodin je doslova přeplněn rozmanitou nabídkou lekcí, jak v ranních, odpoledních, tak i ve večerních hodinách. Každá z forem cvičení má rozdílný vliv na lidské

tělo. Lekce rychlého cvičení (Mix aerobik, Cardio step, Power-slide) jsou spíše vytrvalostního charakteru s vyšší tepovou frekvencí, zaměřené na odbourávání podkožního tuku. Naopak lekce pomalého cvičení (Body form, Pilates, Power jóga, P-class) jsou prováděny v pomalém tempu a při nízké tepové frekvenci. Toto cvičení je zaměřené na formování postavy a rozvoj pohyblivosti.

V široké nabídce Zuzi studia si najde každý svůj oblíbený druh cvičení, nebo ještě lépe rychlé i pomalé formy zkombinuje. Podrobný rozvrh lekcí v Zuzi studiu Liberec najdete v tabulce č. 2.

Tab. č. 2: Rozvrh hodin Zuzi studia Liberec

	8:00	9:00	10:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00
<b>Po</b>	P-class				Pilates	Mix ae	Body form	Mix ae	Power jóga
<b>Út</b>	Body form	Mix ae			Mix ae	Body form	Cardio step	Pilates	
<b>St</b>				Mix ae	P-class	Mix ae	Power jóga	Mix ae	
<b>Čt</b>	Pilates	Mix ae			Mix ae	Pilates	Mix ae	Body form	Power slide
<b>Pá</b>	Mix ae	Body form			Pilates	Mix ae			
<b>So</b>		Mix ae	P-class						
<b>Ne</b>						Mix ae			

- **P-class** - Úvodní krátké jednoduché zahřátí max. 10 min, posilování s náčiním, a závěrečné protažení s relaxací. Výživné cvičení na formování postavy.
- **Body Form** - Pomalé posilovací cvičení zaměřené na hluboké svalové skupiny, na formování postavy a na odstraňování svalových dysbalancí.
- **Pilates** - Velmi moderní forma posílení celého těla formou pomalého cvičení, přesných pohybů a správného dýchání.
- **Mix Aerobik** - Lekce rychlejšího cvičení s úvodním 30 min. zahřátím převážně na stepu a s posilováním celého těla i s využitím náčiní.

- **Power Yoga** - Posilovací a protahovací cvičení v pomalém tempu při relaxační hudbě. Je určeno pro všechny věkové kategorie a především pro ty, kterým nevyhovuje dynamický aerobik.
- **Step Cardio** - Stepová choreografie s vyšší tepovou frekvencí (40 minut), posilování vyšší intenzity v nižších polohách bez náčiní. Pro pokročilé.
- **Power slide** - Cvičení na klouzavém pásu v rychlejším tempu, posilování celého těla.

Veškeré lekce cvičení v Zuzi studiu Liberec vede tým složený z devíti proškolených lektorů aerobiku.

### 5. 3. 2. Služby zaměřené na psychickou relaxaci a sebepoznání

Zuzi studio se zaměřuje nejen na fyzickou stránku těla, ale také na psychickou relaxaci svých klientů, a to několika různými technikami (masáže, sauna, výklad karet, poradenství v oblasti regenerace sil). Dále se zaměřuje na propagaci zdravého životního stylu sestavením redukčních programů (spojení pohybu, zdravé stravy a pitného režimu).

Komplexní péče Zuzi studia směřuje k maximální pozitivní energii, odolnosti a kondici svých klientek.

- **Sauna**

Saunování blahodárně působí na unavené tělo a příjemně ho relaxuje. Při ohřátí těla nad normální tělesnou teplotu se uvolňují unavené svaly a zklidňuje se stresovaný mozek, protože tělo do krve vyplavuje endorfíny, které přinášejí našemu tělu úlevu.

V Zuzi studiu je k dispozici malá, ale útulná sauna, kterou mohou navštívit jednotlivci, ale i skupiny (maximálně šest lidí). Při objednání sauny pro skupinu je v ceně zahrnuto občerstvení v podobě zeleninové nebo ovocné mísy.

- **Masáže**

Masáže patří k nejvyhledávanějším relaxačním metodám. Masážních technik se objevuje celá řada, a každá z nich má určitý ozdravný a blahodárny účinek na jednotlivé nebo komplexní části těla.

Masáže jsou neobyčejným osvěžením pro tělo i ducha. Přináší regenerační a relaxační účinek, uvádějí tělo a mysl do dobré kondice, zabraňují vzniku nemocí a přináší harmonii a

klid. Dále se při dobře prováděné masáži odbourávají z těla toxické látky, odstraňuje se ztuhlost a bolest a uvolňuje se namožené svalstvo.

V Zuzi studiu Liberec se nachází dvě masážní místnosti, kde probíhají jak masáže relaxační uvolňující mysl a ducha, tak i masáže sportovní, které perfektně uvolní ztuhlé a namožené svalstvo. Nyní v Zuzi studiu působí tři vyškolení maséři, kteří mají ve své nabídce služeb širokou škálu masážních technik, které napomáhají k lepšímu a uvolněnějšímu životu.

- **Poradenská činnost v oblasti regenerace životních sil přírodní cestou**

V Zuzi studiu Liberec nabízíme také poradenství a regeneraci sil pomocí účinných terapií jako je např. doteková terapie Spinal Touche a korejská metoda Su-jok. Tyto metody se snaží vyladit mysl i tělo do optimální pohody.

Doteková terapie SPINAL TOUCHE – jedná se o jemnou neinvazivní dotekovou terapii, při které se jemnými doteky stimulují akupresurní body, meridiánové dráhy a reflexní zóny. Především tato metoda působí na oblast páteře, srovnání těžiště a držení těla. Dále na odstranění následků každodenní psychické i fyzické zátěže a to především stresu.

Terapie SU-JOK – tato metoda je založena na základě systému podobnosti. Naše ruce a nohy se podobají našemu tělu. Je to léčebná metoda s vysokou účinností, bez použití chemických léčiv, kterou mohou používat lékaři i široká laická veřejnost. Při této metodě působíme na ruce a nohy, na nichž se nacházejí místa, která odpovídají všem orgánům a částem těla.

- **Výklad karet – zenový tarot**

Další z nabídky služeb, které působí na psychickou stránku těla je výklad karet. V Zuzi studiu Liberec se vykládá zenový tarot, což je vykládací metoda, která se zabývá výkladem přítomnosti.

Tarot funguje jako zrcadlo naší mysli. Zeptáme-li se na určitou otázku, vyložení karet nám pomůže zpřítomnit a uvědomit si naše vědomé i nevědomé postoje k tázanému tématu. Proto pokud řeší člověk problematické situace v životě, nebo má zájem poznat sám sebe a pochopit své postavení a roli v životě může se obrátit právě k vykládání tarotových karet, které mu na spoustu otázek odpoví a pomohou je pochopit.

- **Kurz redukce váhy**

Jeden z dalších problémů, který velmi působí na psychiku člověka a na jeho spokojený a plnohodnotný život je problém s nadváhou a se správnou životosprávou. Proto další z často vyhledávaných služeb Zuzi studia je právě kurz na redukci váhy.

Ženy, ale i muži mají často problém se svou životosprávou a s tím i spojenou nadváhou. Pokud se rozhodnou na svém stravování a životním stylu něco změnit často si s touto změnou nevědí rady a tápají jak správně upravit své stravování a životní styl, tak aby nenastoupil nežádoucí „jojo efekt“ (rychlé shazení váhy a následné opět mnohem větší přibrání na váze).

Pro ty, kteří chtějí opravdu na svém životním stylu něco změnit a chtějí pomoci se sestavením optimálního životního režimu je tu pomoc, kde se klientům sestaví systém zdravého stravování s přihlédnutím na individuální potřeby klienta. Kurz redukce váhy se skládá z déle trvajících opakovaných konzultací, které se opakují po měsíci po dobu 6 měsíců, aby klient dobře pochopil všechny zásady zdravého životního stylu, a pokud možno, aby nedošlo k nastoupení již zmiňovaného jojo efektu.

Veškerý ceník služeb Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví najdete v příloze č. 2 a fotografie prostor a prostředí tohoto centra naleznete v příloze č. 1.

### **5. 3. 3. Prodej**

- přírodní kosmetické výrobky firmy Saloos
- sportovního oblečení firmy Touche a Jessica
- Mandaly – léčivé a harmonizující obrazy (originály i reprodukce)
- Obrazy automatické kresby

[17]<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Celá kapitola č. 5. *Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví* je zpracována na základě informací od konzultantky mé bakalářské práce a zároveň majitelky Zuzi studia Liberec Mgr. Zuzany Kratochvilové a z internetových stránek Zuzi studia Liberec, které najdete v seznamu literatury pod číslem 17.



## **6. MARKETINGOVÝ PLÁN ZUZI STUDIA LIBEREC**

### **POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ**

Marketingový plán na Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví sestavím podle předlohy marketingového plánu v podkapitole 2. 3. *Marketingový plán*.

#### **6. 1. Úvod**

V marketingovém plánu Zuzi studia Liberec bych chtěla rozpracovat veškeré informace z mikroprostředí a makroprostředí tohoto aerobik centra a následně z těchto údajů sestavit podrobnou SWOT analýzu. Tato strategická analýza by měla upřesnit a zdůraznit slabé a silné stránky podniku a zároveň upozornit na jeho příležitosti a hrozby. Další složkou tohoto plánu, by mělo být seznámení s libereckým trhem služeb, který se zaměřuje na aerobik a fitness. Dále by to byla charakteristika největších konkurentů Zuzi studia Liberec a jejich následné porovnání.

Na základě těchto informací by byl sestaven volnočasový program, který by mohl být nabízen do vybraných firem, jako aktivní forma relaxace pro jejich zaměstnance. Tento program by měl zaměstnancům firem pomoci při odbourání stresu, odpočinku a lepší výkonnosti práce.

#### **6. 2. Aktuální marketingová situace**

Aktuální marketingovou situaci na trhu dostaneme z podrobné znalosti mikroprostředí aerobik centra Zuzi studio Liberec. Z této charakteristiky můžeme posléze perfektně vyčíst silné a slabé stránky tohoto aerobik centra.

Zuzi studio Liberec patří k nejdéle působícím aerobik centrům v Liberci. Svou jedinečnost staví na příjemném až rodinném prostředí, které podtrhuje vstřícný a profesionální kolektiv zaměstnanců.

Většina lektorů působí v Zuzi studiu Liberec již několik let a někteří dokonce patří mezi bývalé závodníky sportovního aerobiku. Jsou to odchovanci tohoto centra, což zajišťuje perfektní znalost a orientaci v oboru aerobiku a zdravého životního stylu. Stálost lektorů přispívá také k dlouhodobé spolupráci s našimi zákazníky a zvyšuje důvěryhodnost mezi lektorem a zákazníkem.

Zuzi studio Liberec se zaměřuje především na ženy, kterým však nabízí velmi širokou nabídku služeb. Tyto služby se zaměřují jak na fyzickou stránku těla, tak na psychickou relaxaci. Ceny za lekce aerobiku patří v Liberci k vyšším, ale myslím si, že dobře vystihují poměr mezi cenou a poskytovanou kvalitou služby a prostředím. Zákazníci ovšem mohou využít nákup levnějších permanentek s určitými výhodami.

Zuzi studio Liberec používá ke své propagaci několik marketingových nástrojů, avšak s nízkou zpětnou vazbou a úspěchem. Na svou medializaci Zuzi studio používá informativních letáků, internetových stránek a reklamních ploch.

Největším nepřítelem Zuzi studia Liberec je velký nárůst konkurence, zejména pak v posledních dvou letech, kdy na území Liberce vzniká čím dál více aerobik a fit center, které se však velmi často liší svou kvalitou a částečně i svou nabídkou služeb.<sup>2</sup>

### **6. 3. Rozbor příležitostí a očekávání v makroprostředí**

Z podrobného rozboru makroprostředí Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví dostaneme hlavní příležitosti a hrozby tohoto podniku.

Město Liberec, ve kterém se Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví nachází, má okolo 100 tisíc obyvatel, kteří jsou pověstní svým zájmem o sportovní kulturu a sport samotný. Ne nadarmo je Liberec považován za město sportu. To umožňuje na cílovém trhu nalézt velký počet zákazníků, kteří se zajímají o pohybovou aktivitu a relaxaci.

Zuzi studio Liberec je strategicky umístěno v centru města, kde je výborná dostupnost městskou hromadnou dopravou, autem (v blízkosti Zuzi studia Liberec je prostorné parkoviště) i pěšky.

Jak jsem již zmiňovala Zuzi studio se zaměřuje na klasické formy komerčního aerobiku, při kterých se pohybová aktivita vytváří pomocí vlastní práce těla, proto možná hrozba aerobiku jako takového může být ve velkém nárůstu sportovních posilovacích a formovacích strojů, které napomáhají při sportovní aktivitě.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Celá podkapitola 6. 2. *Aktuální marketingová situace* je zpracována na základě informací získaných o libereckém trhu služeb v oboru tělovýchovy a sportu a z informací od konzultantky Mgr. Zuzany Kratochvílové.

<sup>3</sup> Celá podkapitola 6. 3. *Rozbor příležitostí a očekávání v makroprostředí* je zpracována na základě informací získaných o libereckém trhu služeb v oboru tělovýchovy a sportu a z informací od konzultantky Mgr. Zuzany Kratochvílové.

## 6. 4. SWOT analýza Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví

Podrobné rozepsání makroprostředí a mikroprostředí, které ovlivňuje Zuzi studio Liberec a následné sestavení SWOT analýzy.

### 6. 4. 1. Mikroprostředí

#### 1) Vlastní podnik

- Zuzi studio má v Liberci dlouhodobou tradici a patří mezi nejdéle působícím aerobic centra v Liberci.
- Specifické prostředí rodinného typu.
- Nekuřácké prostředí
- Malá kapacita aerobic centra.

#### 2) Zaměstnanci

- Vysoký počet lektorů
- Odborně proškolení a zkušené lektoři v oboru.
- Individuální přístup lektorů k zákazníkům.
- Lektoři preferují jednu formu aerobiku, ale mají přehled i o ostatních.
- Průběžné vzdělávání a poznávání nových trendů aerobiku.

#### 3) Zákazníci

- Velký počet stálých zákazníků.
- Zuzi studio je zaměřené převážně jen na ženy.
- Menší počet nových zákazníků.

#### 4) Složky marketingového mixu

- Zuzi studio nabízí širokou nabídku služeb. Zaměřuje se nejen na fyzickou, ale také na psychickou stránku těla.
- Zaměření pouze na formy aerobiku.
- Jednotlivá cena lekce patří k nejdražším v Liberci.
- Možnost zakoupení výhodných permanentek s určitými výhodami.
- Malý vliv mediální propagace.
- Starší internetové stránky Zuzi studia Liberec.
- Široký sortiment pomůcek používaných v lekcích aerobiku.
- Široká a pestrá nabídka forem aerobiku a relaxačních metod.

#### 5) Konkurence

- Vysoká míra konkurence.

- V poslední dvou letech velký nárůst konkurenčních firem v Liberci.
- Časté zaměření konkurence pouze na fyzickou stránku těla.

#### **6. 4. 2. Makroprostředí**

##### 1) Demografické prostředí

- Vysoký počet obyvatel Liberce (100 000 obyvatel)

##### 2) Ekonomické prostředí

- Působení ekonomické krize.
- Vyšší nezaměstnanost.

##### 3) Přírodní prostředí

- Výborná dostupnost Zuzi studia Liberec (umístění v centru Liberce, dostupnost městskou hromadnou dopravou)

##### 4) Technologické prostředí

- Velký počet nových sportovních strojů, které napomáhají k tvarování těla a fyzické aktivitě.

##### 6) Kulturní prostředí

- Velký zájem obyvatel Liberce o sport a sportovní kulturu.

Podrobné rozepsání SWOT analýzy naleznete v tabulce č.3.

Tab. č. 3: SWOT analýza Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví.

<p style="text-align: center;"><b>SILNÉ STRÁNKY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zuzi studio má v Liberci dlouhodobou tradici a patří mezi nejdéle působícím aerobic centra v Liberci.</li> <li>- Specifické prostředí rodinného typu.</li> <li>- Nekuřácké prostředí</li> <li>- Vysoký počet lektorů</li> <li>- Odborně proškolení a zkušení lektoři v oboru.</li> <li>- Individuální přístup lektorů k zákazníkům.</li> <li>- Lektoři preferují jednu formu aerobiku, ale mají přehled i o ostatních.</li> <li>- Průběžné vzdělávání a poznávání nových trendů aerobiku.</li> <li>- Velký počet stálých zákazníků.</li> <li>- Zuzi studio nabízí širokou nabídku služeb, zaměřuje se nejen na fyzickou, ale také na psychickou stránku těla.</li> <li>- Možnost zakoupení výhodných permanentek s určitými výhodami.</li> <li>- Široký sortiment pomůcek používaných v lekcích aerobiku.</li> <li>- Široká a pestrá nabídka forem aerobiku a relaxačních metod.</li> <li>- Časté zaměření konkurence pouze na fyzickou stránku těla</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>SLABÉ STRÁNKY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Malá kapacita aerobic centra.</li> <li>- Zuzi studio je zaměřené převážně jen na ženy.</li> <li>- Menší počet nových zákazníků.</li> <li>- Zaměření pouze na formy aerobiku.</li> <li>- Jednotlivá cena lekce patří k nejdražším v Liberci.</li> <li>- Malý vliv mediální propagace.</li> <li>- Starší internetové stránky Zuzi studia Liberec.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PŘÍLEŽITOSTI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vysoký počet obyvatel Liberce</li> <li>- Výborná dostupnost Zuzi studia Liberec</li> <li>- Velký zájem obyvatel Liberce o sport a sportovní kulturu.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>HROZBY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Působení ekonomické krize.</li> <li>- Vyšší nezaměstnanost.</li> <li>- Velký počet nových sportovních strojů, které napomáhají k tvarování těla a fyzické aktivitě.</li> </ul>

## 6. 5. Údaje o trhu

Trh v oboru aerobiku a fitness je na Liberecku velmi přeplněný a v posledních letech dále získává na velikosti. Ve městě Liberci nepůsobí žádný podnik, který by v tomto oboru vlastnil monopol. Na trhu služeb funguje zdravá a vyrovnaná konkurenční rivalita. Podniky se snaží nabídnout svým zákazníkům co nejlepší a nejvýhodnější služby na trhu. I cenová hladina konkurence je srovnatelná nebo odpovídající kvalitě nabízených služeb.

## 6. 6. Profil zákazníka

Mezi zákazníky Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví patří převážně ženy. Pouze malé procento návštěvníků veškerých služeb Zuzi studia Liberec tvoří mužská část populace. Předností toho to centra je jeho dlouholetá tradice, proto i velká část návštěvníků jsou stálí a dlouholetí klienti.

Průzkum zákazníků Zuzi studia Liberec jsem prováděla pomocí ankety (viz příloha č.3), kterou jsem sestavila a nechala vyplnit návštěvníky tohoto aerobik centra. Anketa měla určit hlavní skupinu zákazníků, zjistit jejich názory, potřeby a spokojenost či nespokojenost se zmiňovaným centrem. Tuto anketu mi vyplnilo 56 zákazníků. Z jejich odpovědí jsem vyhodnotila přehledné grafy (viz příloha č. 4), které mi napomohly k vypracování této podkapitoly *Profil zákazníka*.

Služby nabízené v Zuzi studiu Liberec navštěvují ženy a z menší části i muži všech věkových kategorií a různých zaměstnání. Největší část zákazníků Zuzi studia Liberec však tvoří ženy od 36 do 45 let (viz příloha č. 4, graf č. 9).

Většina zákazníků si vybrala právě Zuzi studio Liberec, neboť jim vyhovují zdejší lektoři a formy cvičení, dále proto že cvičení pro ně znamená způsob odreagování a odpočinku od každodenního shonu a stresu (viz příloha č. 4, graf č. 1 a 2). Zákazníci z nabízených služeb Zuzi studia Liberec navštěvují hlavně lekce rychlých i pomalých forem cvičení. Nejčastěji pak tyto lekce navštěvují 2x v týdnu a mezi nejoblíbenější z nich patří hodiny Mix aerobiku (viz příloha 4, graf č. 3 a 4).

Pouze menší část zákazníků (11 % dotazovaných) navštěvuje i další ze služeb Zuzi studia Liberec. Nejvíce klienti vyhledávají sportovní a relaxační masáže, saunu a vykládání karet (viz příloha 4, graf č. 8).

Zákazníci Zuzi studia Liberec se domnívají, že sportovní aktivita jim pomáhá k odreagování a myslí si, že udržování si zdraví pomocí zdravého životního stylu, pomocí

cíleného pohybu, správného stravování, pitného režimu a relaxace, má vliv na jejich pracovní výkony (viz příloha 4, graf č. 6 a 7).

Proto volba navštěvovat právě Zuzi studio Liberec je pro ně v jistém směru nápomocná, neboť veškeré z těchto jmenovaných složek můžou nalézt právě v tomto aerobic centru.<sup>4</sup>

## 6. 7. Postavení konkurence

Konkurence ve městě Liberci v oboru aerobiku, fitness a zdravého životního stylu je velmi rozsáhlá. V posledních letech na Liberecku přibývá center, která se zaměřují na pohyb lidského těla a snaží se o zlepšení fyzické kondice svých klientů. Většina konkurenčních podniků se však z menší či větší míry liší svou nabídkou služeb. Některé se zaměřují pouze na fyzickou složku těla a jiné jak na fyzickou tak na psychickou relaxaci, další preferují cvičení pouze pro ženy nebo muže. V Liberci se také nachází centra, které preferují jen jednu formu cvičení nebo takové, které naopak různé formy kombinují.

Ve výběru hlavních konkurentů jsem se snažila poukázat na veškeré zmiňované rozdíly těchto center a pokusila jsem se pochopit jejich záměr a chování. Pro porovnání a seznámení s konkurencí jsem vybrala čtyři známá Liberecká centra, která se zabývají cvičením a relaxací. Jsou to:

- Bazén Liberec – Wellness centrum
- Pilateslife
- Fit studio Hadrák
- Aerobic studio Euforia

### 6. 7. 1. Bazén Liberec – Wellness centrum

Bazén Liberec má ve městě dlouhodobou tradici a patří mezi nejnavštěvovanější centra, které se zabývají aktivními formami odpočinku. Nachází se v centru Liberce s výbornou dostupností.

Bazén Liberec je rozsáhlý komplex, ve kterém můžeme z první řady nalézt plavecký bazén pro širokou veřejnost, a dále služby spojené s aktivním odpočinkem a relaxací. Tyto

---

<sup>4</sup> Celá podkapitola 6. 6. *Profil zákazníka* byla vypracována na základě ankety pro návštěvníky Zuzi studia Liberec. Veškeré grafy společně s anketou naleznete v příloze č. 3. a 4..

služby najdeme ve Wellness centru, které je součástí Bazénu Liberec. Zde se nachází posilovna s aerobním sálem, spinningem, občerstvením a doplňkovým prodejem. Mezi další služby tohoto centra patří sportovní a relaxační masáže, stavba cvičebního plánu, poradenství v oblasti stravování a změny životního stylu. Lekce aerobiku a spinningu probíhají pod vedením patnácti proškolených lektorů.

Bazén Liberec se snaží oslovit svou nabídkou služeb, co nejširší pole zákazníků. Své služby nabízí, jak ženám, tak mužům. [2]

### **6. 7. 2. Pilateslife**

Pilateslife je studio zaměřené pouze na jednu formu aerobiku - pilates. Do své nabídky konkurenčních podniků jsem toto studio zařadila, abych poukázala na možné výhody a nevýhody takto jednostranně zaměřených center.

Pilateslife se nachází v dobře dostupném místě Liberce, v blízkosti tramvajové zastávky v Hanychovské ulici. Nalezneme zde vybavený cvičební sál přímo na hodiny pilates a místnost, kde je možno posedět s přáteli a občerstvit se. Mezi služby, které nabízí toto centrum patří výhradně lekce cvičení pilates a tzv. baby studio, které je zaměřeno na cvičení dětí od dvou let s doprovodem rodičů. Lekce pilates zde probíhají ve dvou formách. V první jako skupinové cvičení pro veřejnost a v druhé jako soukromé hodiny pro jednotlivce. Veškeré lekce cvičení (pilates i baby studio) vede majitelka Pilateslife osobně.

Jak jednostrannost forem cvičení, tak i skutečnost, že zde působí pouze jeden lektor, může vést k oslovení velmi úzkého okruhu zákazníků. Lidé rádi zkoušejí a objevují něco nového, a myslím si, že to Pilateslife nemůže umožnit. Z vlastních zkušeností zároveň vím, že lektor, který vede každý den několik hodin stejného cvičení, nemůže svým zákazníkům předat potřebnou účinnost cvičení a energii. [14]

### **6. 7. 3 Fit studio Hadrák**

Fit studio Hadrák je komplex, kde si své najdou jak muži, tak ženy. Nachází se v centru Liberce na Soukenném náměstí a najdeme zde prostornou posilovnu s velmi dobrým vybavením, menší aerobní sál, kde probíhají jak hodiny aerobiku, pilates, ale také grün cycling (spinning). Dále zde najdeme tři solária, masáže a prodej doplňků výživy. Nabídka služeb tohoto centra je velmi široká, ale majitelova priorita je provozování posilovny, kde mají zákazníci možnost navštěvovat lekce s osobním trenérem a formovat své tělo na nejlepších strojích na českém trhu. Mezi aerobní lekce pro veřejnost patří pilates, power yoga, aerobic, kick box, hip hop a grün cycling. Toto fit centrum je zaměřené převážně jen na



fyzickou aktivitu lidského těla. Z relaxačních metod zde najdeme pouze zmiňované sportovní masáže. [5]

#### **6. 7. 4. Aerobic studio Euforia**

Aerobic studio Euforia sídlí stejně jako ostatní konkurenční podniky v centru města v blízkosti centra Babylon. Je součástí obrovského sportovního komplexu Budokan. Toto aerobic studio má v Liberci velmi krátkou působnost. Bylo založené teprve v červenci roku 2008, ale i přesto si dokázalo získat svou popularitu v těžkých konkurenčních podmínkách. Aerobic studio Euforia je zaměřené pouze na formy aerobiku a ve své nabídce služeb nemá žádné relaxační metody.

Své zákazníky se studio Euforia snaží nalákat na nízké ceny svých služeb a na novinku v oboru aerobiku – Bosu cvičení. Studio Euforia bylo první v Liberci, které toto cvičení začalo nabízet. Tím jistě oslovilo další část nových zákazníků. [1]

Souhrn veškerých nabízených služeb zmiňovaných konkurenčních podniků naleznete společně s ceníky v příloze č. 5.

### **6. 8. Porovnání konkurenčních podniků**

Pro porovnání konkurencí, jsem si vybrala Zuzi studio Liberec a aerobic centra zmiňované v předešlé podkapitole 6. 7. *Postavení konkurence*.

Snažila jsem se porovnat veškeré služby těchto center, a to jak služby zaměřené na fyzickou aktivitu, tak služby zaměřené na relaxaci lidského těla. Dále jsem porovnávala prostředí těchto center a faktory, které s ním souvisí.

Porovnávání jsem prováděla formou tabulek, které naleznete v příloze č. 6.

#### **6. 8. 1. Porovnání služeb zaměřených na fyzickou aktivitu**

Porovnání služeb zaměřených na fyzickou aktivitu těla, jsem prováděla tak, že jsem nejprve vypsala veškeré sportovní aktivity, které nabízejí všechny aerobic centra včetně Zuzi studia Liberec. Z těchto poznatků jsem vyhodnotila, které z center má nejširší nabídku služeb, a které naopak nejužší, nebo která tělesná aktivita je v libereckých aerobic centrech nejčastější.

Veškeré sportovní aktivity nabízené v pěti libereckých centrech tvoří 22 druhů forem aerobiku. Patří mezi ně jak formy pomalé, tak formy rychlé. Nejširší nabídku cvičení má s celkem 10 druhů forem aerobiku Bazén Liberec – Wellness centrum. Naopak nejhůře na tom je centrum Pilateslife, které nabízí pouze jednu formu aerobiku.

Zuzi studio Liberec z tohoto seznamu forem cvičení nabízí pouze šest, čím se řadí na druhé nejhorší místo v počtu nabízených služeb zaměřených na tělesnou stránku těla.

Žádná z forem aerobiku není v nabídce všech konkurenčních podniků, ale mezi nejčastější patří lekce pilates, power jógy a aerobiku. [1, 2, 5, 14]

### **6. 8. 2. Porovnání služeb zaměřených na relaxaci lidského těla**

Porovnání služeb zaměřených na relaxaci lidského těla, jsem prováděla podobně jako u služeb fyzické aktivity. Sepsala jsem veškeré nabízené doplňkové služby pro relaxaci a porovnávala jsem nabídky v jednotlivých konkurenčních podnicích.

Počet všech relaxačních služeb v pěti aerobic centrech tvoří 7 nabídek, které více či méně působí na psychickou, ale také na fyzickou relaxaci těla. Nejširší nabídku těchto služeb má Zuzi studio Liberec, které nabízí šest relaxačních metod. Bazén Liberec – Wellness centrum má v nabídce svých služeb 3 tyto relaxační metody a Fit studio Hadrák nabízí pouze dvě ze služeb zaměřených na relaxaci těla. Poslední dvě centra (Pilateslife, Aerobic studio Euforia) nenabízí žádné relaxační služby a zaměřují se pouze na tělesnou a fyzickou stránku těla.

Nejčastější z relaxačních metod jsou sportovní masáže, které se vyskytují ve třech aerobic centrech. [1, 2, 5, 14]

### **6. 8. 3. Porovnání prostředí konkurenčních podniků**

Při porovnávání prostředí konkurenčních podniků jsem se zaměřovala na těchto pět složek v jednotlivých centrech:

- a. Kapacita aerobního sálu.
- b. Počet lektorů.
- c. Možnost cvičení o víkendu.
- d. Celkový počet hodin forem aerobiku v týdnu.
- e. Cena jednotlivé lekce cvičení.

Při porovnání kapacity aerobních sálů v jednotlivých centrech jsem došla ke zjištění, že vybrané konkurenční podniky mají velmi podobnou kapacitu, a to 17 až 25 lidí. Nejmenší kapacita je v Zuzi studiu Liberec a největší ve Fit studiu Hadrák.

Počet lektorů, se kromě centra Pilateslife pohybuje od 6 do 9 proškolených lektorů. Pouze zmiňované centrum zaměřené na pilates má pouze jednu lektorku, což je velmi omezující. Nejvíce lektorů má Zuzi studio Liberec (9 lektorů).

Cvičení o víkendech najdeme pouze ve třech konkurenčních centrech. V Zuzi studiu Liberec a ve Wellness centru bazén se cvičí jak o sobotách, tak o nedělích a v Aerobic studiu Euforia se cvičí pouze v neděli. Fit studio Hadrák a Pilateslife víkendové cvičení nenabízí.

Počet hodin v týdnu lekcí aerobiku je velmi podobný v Zuzi studiu Liberec a Wellness centru bazén. Zde se tento počet pohybuje od 31 do 32 hodin v týdnu. Ve Fit studiu Hadrák a Aerobic studiu Euforia je toto rozmezí 22 až 23 hodin v týdnu a nejméně lekcí za týden má centrum Pilateslife, které nabízí pouze 16 hodin cvičení za týden.

Ceny jednotlivých lekcí jsou v těchto pěti konkurenčních podnicích poměrně rozdílné. Mezi nejdražší patří Pilaslife, které má hodinovou lekci pilates za 150 Kč, dále je to pak Wellness centrum v libereckém bazéně, kde je cena za lekci aerobiku 100Kč, ale tato lekce však trvá 90 minut, na rozdíl od ostatních lekcí v konkurenčních podnicích, kdy lekce trvá pouze 60 minut. V Zuzi studiu Liberec se za hodinovou lekci platí 90 Kč a ve Fit studiu Hadrák je cena 80 Kč. Nejlevnější jednorázové vstupné má Aerobic studio Euforia, které vsadilo na velmi nízkou cenu, aby nalákalo co nejvíce zákazníků. Tato cena je 55 Kč.

[1, 2, 5, 14]

#### **6. 8. 4. Shrnutí**

Veškeré ze zmiňovaných konkurenčních podniků se zabývá poskytováním služeb na trhu tělesné výchovy a sportu. Avšak jejich nabídka služeb, jejich prostředí, ceny i priority podniku se liší. Proto může každý z těchto podniků nalézt na velmi zaplněném libereckém trhu své věrné, stálé ale i nové zákazníky.

Nejvíce si jsou podobné Zuzi studio Liberec a Wellness centrum bazén Liberec. Mají v Liberci dlouholetou tradici a jejich nabídka služeb i prostředí je velmi podobná. Fit studio Hadrák má své hlavní zaměření na formování postavy v posilovně a nabízené formy aerobiku jsou pouze doplňkovými službami tohoto centra. Aerobic studio Euforia je naopak zaměřené hlavně na formy aerobiku, ale má v Liberci nekratší tradici. Nejméně podobné studio všem zmiňovaným konkurenčním podnikům je Pilateslife. Tento podnik je velmi specifický a jednostranný, což znemožňuje oslovení širokého kruhu zákazníků. [1, 2, 5, 14]

## 6. 9. Cíle

Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví patří k velmi oblíbeným a navštěvovaným aerobik centrům v Liberci. Pokud ale chce nadále prosperovat ve své činnosti doporučila bych mu zaměřit se na propagaci a medializaci tohoto centra a dále bych se pokusila oslovit novou část zákazníků, neboť Zuzi studio Liberec má velké procento stálých, ale malé procento nových zákazníků.

Oslovení nových zákazníků by mohlo být uskutečněno formou volnočasových programů, které představím v další části své bakalářské práce. Dále bych navrhovala rozšíření výhodných permanentek na lekce cvičení a doplnění nových forem aerobiku. V oboru aerobiku a fitness je mnoho novinek a nových trendů, na které by se Zuzi studio mělo zaměřit a zařadit je do své nabídky služeb. To zaručí, aby bylo Zuzi studio Liberec nadále pro své zákazníky atraktivní.

## **7. VOLNOČASOVÝ PROGRAM PRO ZAMĚSTNANCE** **LIBERECKÝCH FIREM**

Ve své bakalářské práci bych chtěla sestavit dva různé volnočasové programy pro zaměstnance libereckých firem. Tyto programy by měli obsahovat služby, které nabízí Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví. Vybrané služby a celkové sestavení programu, by mělo být zaměřeno jak na fyzickou aktivitu, tak na psychickou i fyzickou relaxaci, která by měla podpořit uvolnění těla od stresu a možných negativních životních i pracovních jevů.

Klienti v daném počtu dorazí do Zuzi studia Liberec, kde se o ně ihned po příchodu postará příjemný a proškolený personál tohoto fit centra. Klienti mohou absolvovat veškeré z nabízených služeb těchto programů. Služby mohou být i případně po předešlé a včasné domluvě přizpůsobeny zvláštním přáním klientů.

### **7. 1. Čtyřhodinový volnočasový program Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**

Čtyřhodinový volnočasový program zaměřený na fyzickou kondici a psychickou relaxaci pro 6 – 8 lidí, který se skládá z:

- jedné lekce cvičení pilates, které je zaměřené na kombinaci posilovacích cviků formující problémové partie těla a na odstranění možných svalových dysbalancí
- dvou hodin saunování
- masáže dle vlastního výběru klientů (masáž zad a šíje, anticelulitidová masáž a ozónový zábal, liftink obličeje)
- proti stresové přednášky z oblasti esoteriky např. – vliv a působení kamenů, automatická kresba, čakry jako důležité místa ovládající naše tělo
- občerstvení a seznámení s racionální výživou

Tento program by měl klienty příjemně naladit a navodit u nich příjemný odpočinek jak po fyzické tak i psychické stránce těla.

Tento program může probíhat, jak v týdnu, tak o víkendu, ale vždy po včasné domluvě s majitelkou Zuzi studia Liberec.

Cena toho to programu je 5 000 Kč pro celou skupinu 6 – 8 lidí. Cena zahrnuje veškeré zmiňované služby programu.

### **7. 1. 1. Harmonogram a průběh volnočasového programu**

Nejprve klienti absolvují hodinovou lekci cvičení, u které je možno zvolit druh cvičení např. pilates. Po cvičení je pro ně připravená sauna společně s občerstvením z racio výživy. Do sauny se vejde maximálně 6 lidí, proto jsou pro klienty již k dispozici dva maséři, u kterých si mohou zvolit podle svého výběru druh masáže. Na masážích i v sauně se takto klienti vystřídají. Protistresová přednáška z esoteriky bude probíhat v odpočívací místnosti sauny, kde se taktéž klienti vystřídají.

Celý pobyt a průběh programu v Zuzi studiu Liberec je zcela organizovaný personálem tohoto centra, proto budou klienti vždy včas informováni, kdy a kde mají být, aby o žádnou z nabízených služeb nepřišli.

## **7. 2. Celodenní volnočasový program Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**

Celodenní volnočasový program, který trvá 8 hod. je zaměřený na fyzickou kondici a psychickou relaxaci těla pro 10 – 15 lidí, který se skládá z:

- tři lekcí cvičení (možnost vlastního výběru forem cvičení)
  - Mix aerobik - tato lekce je zaměřena na aerobní činnost organismu, při které dochází k zlepšování tělesné kondice a ke spalování přebytečného podkožního tuku.
  - Pilates - je to cvičení zaměřené na posilování a formování problémových partií těla a na odstranění možných svalových dysbalancí
  - Power jóga – tato lekce je zaměřena na celkové a důkladné protažení těla společně s tělesnou relaxací
- tři hodin saunování
- možnosti výkladu karet – zenový tarot (individuálně)

- masáže dle vlastního výběru klientů (masáž zad a šíje, anticelulitidová masáž a ozónový zábal, liftink obličeje)
- proti stresové přednášky z oblasti esoteriky např. – psychoterapie, automatická kresba a kreslení mandal, čakry jako důležité místa ovládající naše tělo, vliv a působení kamenů, využití horoskopů, numerologie
- přednášky o zdravém stravování a pitném režimu – seznámení s racionální výživou (v případě zájmu je možnost zvolit přednášku od kadeřnice nebo kosmetičky na téma „nové trendy“)
- občerstvení připravené z racionální výživy

Tento program je zaměřený na celodenní aktivní i duševní odpočinek lidského těla. Klienti se zde odreagují od všedního stereotypu a stresu. Udělají něco prospěšného pro své tělo i duši a dozvědí se nové informace z oboru esoteriky, sebepoznání a zdravého životního stylu.

Tento program může probíhat pouze o víkendu a to vždy po včasné domluvě s majitelkou Zuzi studia Liberec.

Cena tohoto programu je 10 000 Kč a zahrnuje veškeré zmiňované služby. Při objednání tří termínů dopředu sleva 10 % z celkové částky.

### **7. 2. 1. Harmonogram a průběh volnočasového programu**

9:00	sraz a zahájení
9:15 – 10:00	lekce cvičení pilates – formování postavy, odstranění možných dysbalancí a spinální cvičení (odblokování zádových svalů)
10:10 – 10:50	přednáška z oblasti esoteriky podle vlastního výběru
11:00 – 11:45	lekce mix aerobiku – zlepšení tělesné kondice a spalování přebytečných tuků
12:00 – 12:45	přednáška z oblasti zdravého životního stylu, seznámení s racionální výživou společně s ochutnávkou (oběd)
13:00 – 13:45	lekce power jógy – celkové protažení a uvolnění těla
14:00 – 17:00	sauna a masáže – během této doby se zákazníci vystřídají v návštěvě sauny (maximální počet 6 osob) a masáží ( k

17:15

dispozici budou tři maséři). V této době bude také možnost individuálního výkladu karet a v prostoru odpočívací místnosti sauny bude připraveno občerstvení z racionální výživy. předpokládaný konec programu

### **7. 3. Přínos volnočasových programů pro zaměstnance vybraných firem**

Výběr zvolených aktivit volnočasového programu Zuzi studia Liberec byl sestaven tak, aby zaměstnancům vybraných Libereckých firem přinesl určitá pozitiva a užitek. Mezi výhody a přínosy zaměstnancům firem patří:

- Volnočasový program může být vhodnou odměnou pro zaměstnance firem.
- Klienti programů zde mohou navazovat, ale i udržovat přátelské vztahy, čím se docílí stmelení kolektivu.
- Klienti vyzkouší nové trendy a prvky cvičení, zrelaxují se a informují se o možnostech sebepoznání (esoterika).
- Volnočasový program nabídne klientům návod pro jejich zdravější a produktivnější životní styl.



## **8. LIBERECKÉ FIRMY - VYBRANÉ PRO NABÍDKU**

### **VOLNOČASOVÉHO PRORAMU ZUZI STUDIA LIBEREC**

Pro nabídku volnočasového programu Zuzi studia Liberec, jsem se snažila oslovit takové liberecké firmy, ve kterých je větší procento zaměstnaných žen, neboť služby zmiňovaného podniku jsou zaměřené především na ženskou část populace. Dále jsem při výběru zohledňovala blízkost a dostupnost vybrané společnosti od Zuzi studia Liberec.

Nakonec jsem se při výběru zaměřila na Krajskou nemocnici Liberec a.s. a na Liberecký Krajský úřad.

#### **8. 1. Krajská nemocnice Liberec a.s.**

Krajská nemocnice Liberec má ve městě Liberci dlouholetou tradici, ale až od 1. července 2007 změnila svou právní formu z příspěvkové organizace na akciovou společnost. Krajská nemocnice Liberec se řadí mezi zdravotnická zařízení, která poskytují své služby celému Libereckému Kraji. Můžeme zde nalézt 46 oddělení, na kterých nalezneme základní, specializované i vysoce specializované obory.

Hlavní činností této společnosti je léčebně preventivní lůžková a ambulantní péče ve všech oborech, které Krajská nemocnice Liberec nabízí. [10]

##### **8. 1.1. Průběh nabídky volnočasových programů v Krajské nemocnici Liberec a. s.**

V Krajské nemocnici a.s. probíhala nabídka volnočasových programů na oficiální schůzce, které se zúčastnily - majitelka Zuzi studia Liberec, Mgr. Zuzana Kratochvílová a tisková mluvčí Krajské nemocnice a.s. Alexandra Kittnerová.

Paní Kittnerové byly představeny a písemně předloženy volnočasové programy Zuzi studia Liberec, v nichž byla seznámena s průběhem a výhodami těchto programů.

Krajská nemocnice Liberec si pro své zaměstnance vybrala jeden z těchto programů. Zvolen byl čtyřhodinový volnočasový program, který krajská nemocnice v Zuzi studiu Liberec využívá již od ledna tohoto roku. Vybraných 6 zaměstnanců (vrchní zdravotní sestry, lékařky a běžné zdravotní sestry) navštěvuje každý pátek prostory Zuzi studia Liberec, kde vybraní zaměstnanci nemocnice absolvují zmiňovaný volnočasový program. Výběr zaměstnanců se každý týden obměňuje.

## **8. 2. Krajský úřad Liberec**

Krajský úřad Liberec je orgánem kraje a patří do státní správy České republiky. Hlavní náplní Krajského úřadu je péče o komplexní rozvoj území a o potřeby občanů. Zejména se snaží vytvořit vhodné podmínky pro rozvoj sociální péče, dále se snaží o uspokojování potřeby ochrany a rozvoje zdravých životních podmínek nebo o vzdělání, kulturu a ochranu veřejného pořádku. [11]

### **8. 2. 1. Průběh nabídky volnočasových programů na Krajském úřadě Liberec**

Na Krajském úřadě v Liberci probíhala nabídka volnočasových programů na základě smluvené schůzky s náměstkyní hejtmana Ing. Lídií Vajnerovou a paní Ivanou Jarošovou z personálního oddělení.

Tato schůzka se uskutečnila 22. dubna 2009 na Krajském úřadě. Oběma ze zmiňovaných dam jsem navrhla nabídku volnočasových programů Zuzi studia Liberec a snažila jsem se poukázat na možné výhody a přínos těchto programů pro zaměstnance Krajského úřadu.

Po vyslechnutí mé nabídky paní Jarošová uvedla stanovisko k danému problému a vysvětlila mi důvody jejího rozhodnutí.

Krajský úřad Liberec nemohl přijmout nabídku volnočasových programů, neboť tento podnik chce ke svým zaměstnancům přistupovat spravedlivě. Nabízený program je především určen pro ženy, což by z jisté míry diskriminovalo zaměstnance mužského pohlaví a to Krajský úřad nechce dopustit. Dále by pro Krajský úřad bylo složité financovat takovéto programy. Krajský úřad patří mezi státní podniky a nemůže si dovolit čerpat finance z peněz státních poplatníků na takové účely. Z těchto důvodů se nemohla dohoda mezi Krajským úřadem Liberec a Zuzi studiem Liberec uskutečnit.

S paní Ing. Vajnerovou a paní Jarošovou jsme se však dohodly na možné budoucí spolupráci v rámci připravovaného projektu Evropské unie, který je zaměřen na zdravý životní styl občanů starších 50 let. Tento projekt je pouze v přípravné fázi, ale obě z dam vyslovily možnost zařazení volnočasového programu Zuzi studia Liberec do tohoto projektu. O možné spolupráci a zařazení volnočasového programu do zmiňovaného projektu mě bude paní Jarošová z personálního oddělení informovat v blízké době emailem.

## ZÁVĚR

V mé bakalářské práci jsem představila prostředí a priority Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví a zároveň zmapovala trh služeb, na kterém se tento podnik nachází. Jedním z mých cílů bylo sestavení marketingového plánu Zuzi studia Liberec, který by měl představit a pomoci pochopit situaci zmiňovaného aerobik centra. Tento cíl považuji za splněný, neboť plán, který byl v této práci sestaven, určuje jasné postavení Zuzi studia Liberec na trhu služeb, zároveň představuje největší konkurenty a porovnává je mezi sebou. Dále tento plán představuje zákazníky Zuzi studia Liberec a určuje jejich strukturu a názory, které nám mohou pomoci při dalším vývoji Zuzi studia Liberec.

Po sestavení tohoto plánu a prodiskutování ho s majitelkou Zuzi studia Liberec došlo k několika změnám. Zuzi studio Liberec se zaměřilo na výhodnost permanentek na cvičení a zvýhodnilo vstupy na komerční cvičení pro své zákazníky. Dále je v plánu změna image a struktury internetových stránek, které do této doby mělo mnoho nedostatků. Doufám, že tyto změny napomůžou k celkovému zlepšení provozu Zuzi studia Liberec a zároveň se podaří nalákat nové zákazníky, kterých je v současné době v Zuzi studiu Liberec velmi málo.

Dalším z cílů mé bakalářské práce bylo sestavení volnočasových programů pro zaměstnance vybraných libereckých firem. I tento cíl považuji z větší části za splněný. Byly sestaveny dva rozdílné programy, které si kladou za cíl nalákání nových zákazníků, ale především hodnotnější a příjemnější strávený volný čas pro zaměstnance vybraných firem. Tyto programy mají zaměstnancům nabídnout aktivní odpočinek, relaxaci, sebepoznání, ale také stmelení kolektivu a návod pro zdravý a spokojený životní styl.

Volnočasové programy byly prezentovány ve dvou libereckých organizacích a to konkrétně v Nemocnici Liberec a.s. a na Krajském úřadě Liberec. Pouze liberecká nemocnice využila nabídky těchto programů a již od ledna zaměstnanci nemocnice navštěvují, každý týden Zuzi studiu Liberec, kde zmiňované programy probíhají.

Doufám, že má bakalářská práce bude mít přínos pro majitelku Zuzi studia Liberec, ale také pro celkový chod tohoto aerobik centra, a že z vytvořených podkladů bude možno postupně zdokonalovat prostředí i nabídku služeb Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví, tak aby se do něho zákazníci stále rádi vraceli a cítili se v něm co nejlépe.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 1) *Aerobik studio Euforia* [online]. 2008-2009 [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.aerobic-liberec.cz/>>.
- 2) *Bazén Liberec : Wellness centrum* [online]. 2005 [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.bazen-info.cz/index.php?id=wellness>>.
- 3) ČÁSLAVOVÁ, E. *Management v tělesné výchově a sportu (Vybrané kapitoly)*. 1 vyd. Praha : Karolinum – nakladatelství univerzity Karlovy, 1997. ISBN 80-7184-066-1
- 4) DĚDKOVÁ, J., HONZÁKOVÁ, I. *Základy marketingu*. 3 vyd. Liberec : Technická univerzita v Liberci, 2006. ISBN 80-7372-130-9
- 5) *Fit studio Hadrák* [online]. 2004 [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.fithadrak.cz/>>.
- 6) *Fitness aerobik : aerobic jako životní styl* [online]. [1999] [cit. 2009-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://aerobik.aerobic.sweb.cz/index.htm>>.
- 7) FORET, M. A KOL. *Marketing – základy a postupy*. 1 vyd. Praha : Computer press, 2001. ISBN 80-7226-558-X
- 8) FORET, M. *Marketing pro začátečníky*. 1 vyd. Praha : Computer press, 2008. ISBN 978-80-251-1942-6
- 9) JANEČKOVÁ, L. , VAŠÍČKOVÁ, M. *Marketing služeb*. 1 vyd. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-995-0
- 10) *Krajská nemocnice Liberec, a.s.* [online]. 2007 [cit. 2009-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.nemlib.cz/web/index.php>>.

- 11) *Liberecký kraj* [online]. 2006 [cit. 2009-04-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.kraj-lbc.cz/index.php?&REDIRECTED=true&c=a0fa6dc1cf51f9c7f53623b6ddb4cf85>>.
- 12) *Marketing ve sportu* [online]. 2007 [cit. 2009-02-12]. Dostupný z WWW: <<http://is.muni.cz/elportal/estud/fsps/ps07/mark/index.html>>.
- 13) MĚKOTA, K., CUBEREK, R. *Pohybové dovednosti – činnosti – výkony*. 1 vyd. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2007. ISBN 978-80-244-1728-8
- 14) *Pilateslife* [online]. [2008] [cit. 2009-03-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.pilateslife.cz/>>.7
- 15) *Power yoga* [online]. 2006-2008 [cit. 2009-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.poweryoga.cz/index.php?page=knihovna>>.
- 16) WESTWOOD, J. *Jak sestavit marketingový plán*. 1 vyd. Praha : Grada publishing, 1999. ISBN 80-7169-542-4
- 17) *Zuzi studio Liberec* [online]. [2007] [cit. 2009-02-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.zuzistudio.cz/>>.

## **SEZNAM PŘÍLOH**

PŘÍLOHA č. 1 : FOTOGRAFIE Z PROSTŘEDÍ ZUZI STUDIA LIBEREC  
POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ

PŘÍLOHA č. 2 : CENÍK SLUŽEB ZUZI STUDIA LIBEREC POHODOVÉHO  
CENTRA ZDRAVÍ

PŘÍLOHA č. 3 : ANKETA PRO ZÁKAZNÍKY ZUZI STUDIA LIBEREC  
POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ

PŘÍLOHA č. 4 : VYHODNOCENÍ ANKETY PRO ZÁKAZNÍKY ZUZI STUDIA  
LIBEREC POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ

PŘÍLOHA č. 5 : NABÍDKA A CENÍK SLUŽEB KONKURENČNÍCH PODNIKŮ

5. 1. Bazén Liberec – Wellness centrum
5. 2. Pilateslife
5. 3. Fit studio Hadrák
5. 4. Aerobic studio Euforia

PŘÍLOHA č. 6 : POROVNÁNÍ KONKURENČNÍCH PODNIKŮ SE  
ZUZI STUDIEM LIBEREC

## **PŘÍLOHA č. 1**

# **1. FOTOGRAFIE Z PROSTŘEDÍ ZUZI STUDIA LIBEREC** **POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ**

Obr. č. 1: Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví





Obr. č. 2: Vstupní místnost Zuzi studia Liberec



Obr. č. 3: Vstupní místnost Zuzi studia Liberec - recepcce



Obr. č. 4: Místnost, kde probíhá poradenská činnost v oblasti regenerace životních sil přírodní cestou a vykládání karet.



Obr. č. 5: Masážní místnost.



Obr. č. 6: Sauna



Obr. č. 7: Odpočívací místnost sauny .





Obr. č. 8: Aerobní sál.



Obr. č. 9: Aerobní sál.



Obr. č. 10: Aerobní sál.



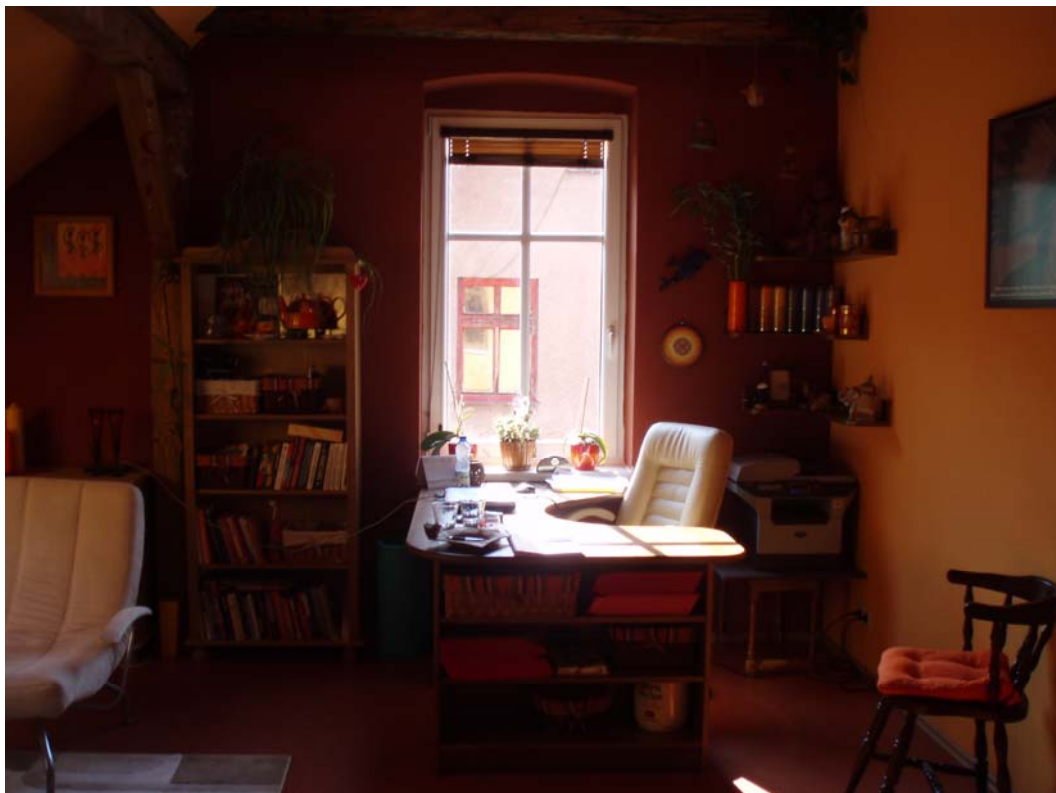
Obr. č. 11: Aerobní sál.



Obr. č. 12: Kancelář majitelky Zuzi studia Liberec.



Obr. č. 13: Kancelář majitelky Zuzi studia Liberec.



## **PŘÍLOHA č. 2**

## 2. CENÍK SLUŽEB ZUZI STUDIA LIBEREC POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ

Tab. č. 1: Ceník lekcí aerobiku

Jednotlivé lekce	90 Kč
Měsíční permanentka (neomezená návštěvnost + káva a voda k lekci zdarma)	1200 Kč
Tříměsíční permanentka (15 lekcí + káva a voda k lekci zdarma)	1450 Kč

Tab. č. 1

Tab. č. 2: Ceník sauny

1 hodina	50 Kč
1,5 hodiny	75 Kč
1,5 hodiny pro skupinu (občerstvení v ceně)	450 Kč

Tab. č. 2

Tab. č. 3: Ceník masáží 1

<b>Druh masáže</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena</b>
Indická masáž hlavy	45 min	300 Kč
Regenerační (relaxační) masáž	45 min	300 Kč
Čínská energetická masáž	60 min	350 Kč
Medová masáž	60 min	400 Kč
Anticelulitidová masáž + ozónový zábal	90 min	450 Kč
Masáž šíje	30 min	250 Kč
Masáž dolních končetin a hýždí	45 min	250 Kč
Ušní svíce	15 min	140 Kč
Liftink obličeje	60 min	300 Kč



Zvýhodněné nabídky služeb:

- Při každé 3 návštěvě sleva 15% na masáž.
- Pro studenty SŠ a VŠ sleva 20% na masáž
- Zvýhodněný poukaz na libovolných 5 masáží se slevou 25%.

Tab. č. 4: Ceník masáží 2

<b>Druh masáže</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena</b>
Celková sportovní masáž – záda, šíje, nohy, ruce	90 min	400 Kč
Masáž zad + šíje	30 min	150 Kč
Masáž nohou	30 min	120 Kč
Masáž rukou	20 min	90 Kč
Masáž hrudníku	10 min	50 Kč
Masáž břicha	10 min	50 Kč

Tab. č. 5: Ceník masáží 3

<b>Druh lymfatické drenáže</b>	<b>Cena</b>
Nohy a hýždě	350 Kč
Břišní partie	250 Kč
Obličej	350 Kč

Tab. č. 6: Ceník poradenské činnosti v oblasti regenerace životních sil přírodní cestou

<b>Druh služby</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena</b>	
Poradenství v oblasti duševní hygieny a rozvoje osobnosti	60 min	400 Kč	
Šetrná doteková terapie SPINAL TOUCH	30 min	200 Kč	
Harmonizace energetického systému těla metodou SU-JOK	diagnostika a aplikace	90 min	550 Kč
	aplikace	60 min	380 Kč
Reflexní terapie lymfatického systému	60 min	500 Kč	
Klasická relaxační a regenerační masáž	záda a šíje	30 min	250 Kč
	Ruce a ramena	20 min	160 Kč

Tab. č. 7: Ceník vykládání karet – zenový tarot

Vykládání karet 60 minut	500 Kč
Vykládání karet 30 minut	300 Kč

Tab. č. 8: Ceník kurzu redukce váhy

Délka kurzu je 6 měsíců (odborná schůzka 1 za měsíc)	1800 Kč
--	---------

## **PŘÍLOHA č. 3**

### **3. ANKETA PRO ZÁKAZNÍKY ZUZI STUDIA LIBEREC** **POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ**

**Pohlaví:**

**Věk:**

**Povolání:**

**Zakroužkujte prosím vždy pouze jednu z odpovědí!**

**1. Proč jste si vybrala právě Zuzi studio Liberec pohodové centrum zdraví?**

- a) Díky rodinnému prostředí.
- b) Díky blízkosti od mého bydliště.
- c) Vyhovují mi zdejší lektoři a formy cvičení.
- d) Bylo mi doporučeno.
- e) Jiné.....

**2. Proč navštěvujete lekce cvičení?**

- a) Chci zhubnout.
- b) Cvičení mě pouze jen baví.
- c) Je to pro mě způsob odreagování od každodenního shonu a stresu.
- d) Chci zlepšit svou fyzickou kondici.
- e) Jiné.....

**3. Kolikrát v týdnu navštěvujete lekce v Zuzi studiu Liberec?**

- a) 1 v týdnu
- b) 2x v týdnu
- c) 3x v týdnu
- d) 3x a vícekrát v týdnu

**4. Jaký druh cvičení u nás preferujete?**

- a) Mix aerobik
- b) P-class
- c) Power slide
- d) Body form
- e) Pilates
- f) Power jóga

**5. Využíváte i dalších služeb Zuzi studia Liberec? (Pokud ano, zakroužkujte které - i více odpovědí.)**

- a) Ano
  - masáže
  - sauna
  - poradenství ve výživě – kurz redukce váhy
  - vykládání karet
  - poradenská činnost v oblasti regenerace životních sil
- b) Ne

**6. Jste po práci unavená a sportovní aktivita vám pomůže k odreagování?**

- a) Ano
- b) Ne, spíše mě více unaví

**7. Myslíte si, že udržování si zdraví pomocí zdravého životního stylu (cílený pohyb, správné**

**stravování, pitný režim, relaxace...) má vliv na vaše pracovní výkony?**

- a) Ano
- b) Ne

**8. Co Vám u nás ještě chybí, co byste u nás změnili?**

.....

.....

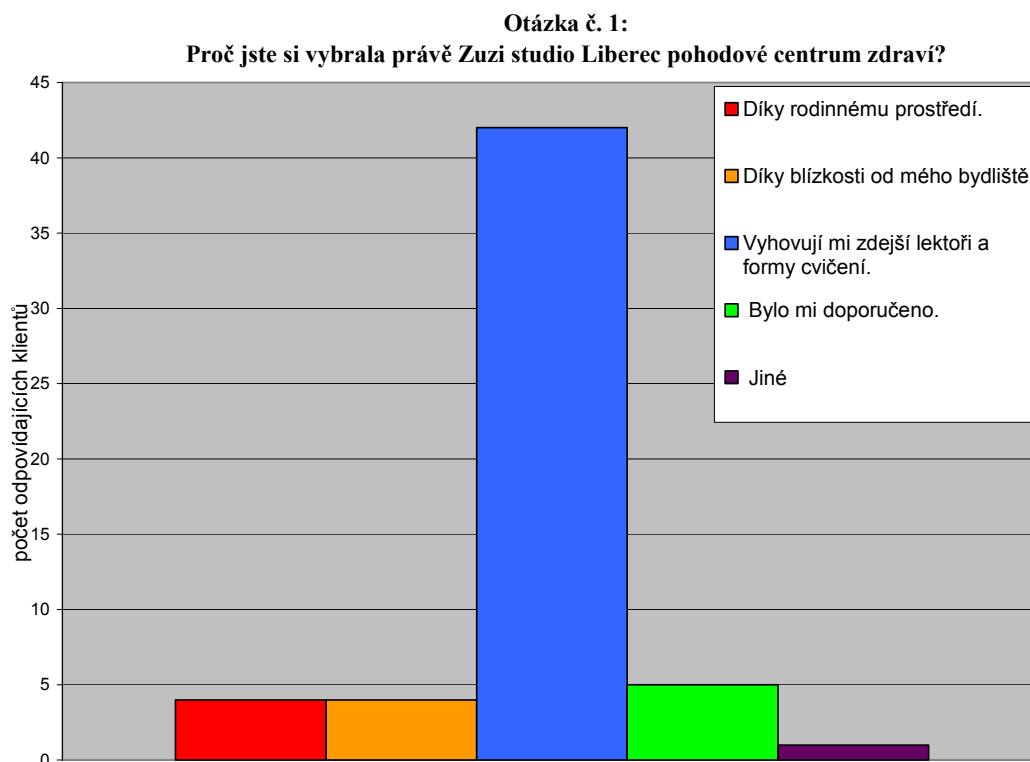
.....

.....

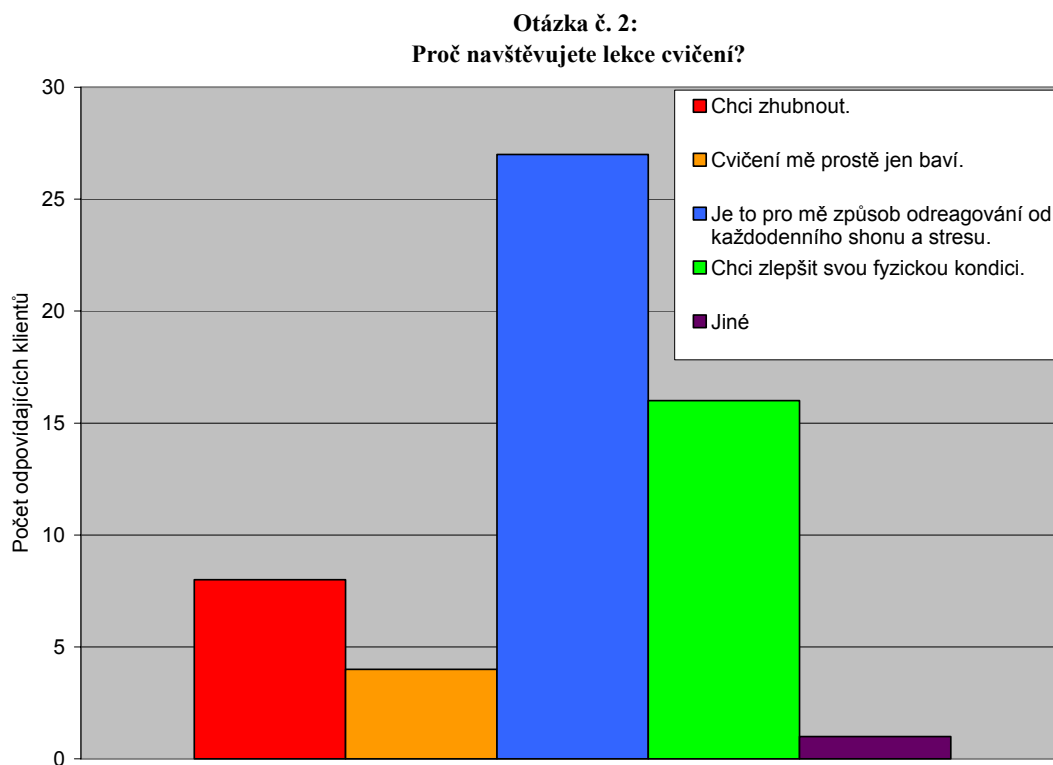
.....

## **PŘÍLOHA č. 4**

## 4. VYHODNOCENÍ ANKETY PRO ZÁKAZNÍKY ZUZI STUDIA LIBEREC POHODOVÉHO CENTRA ZDRAVÍ

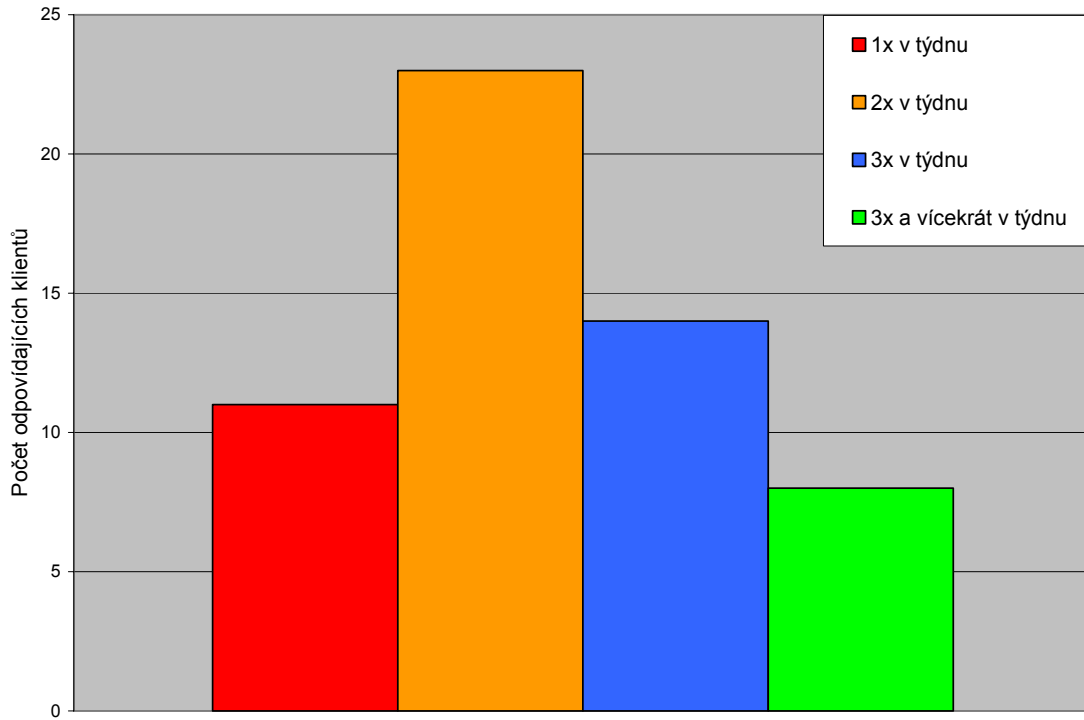


Graf č. 1



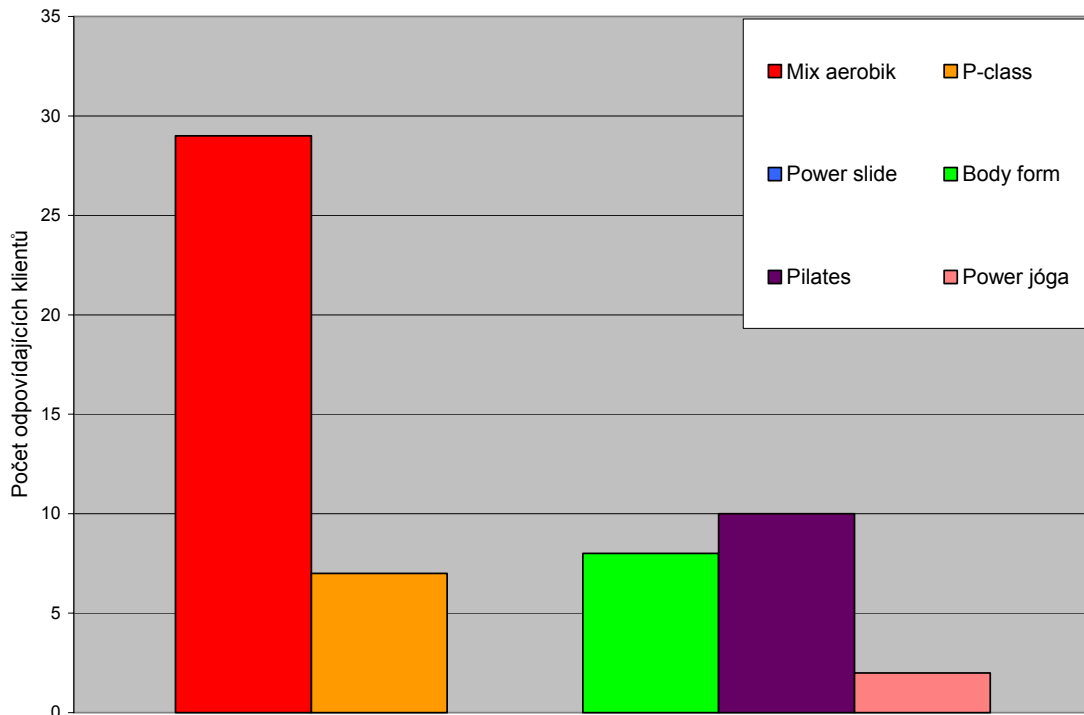
Graf č. 2

**Otázka č. 3:**  
**Kolikrát v týdnu navštěvujete lekce v Zuzi studiu Liberec?**



Graf. č. 3

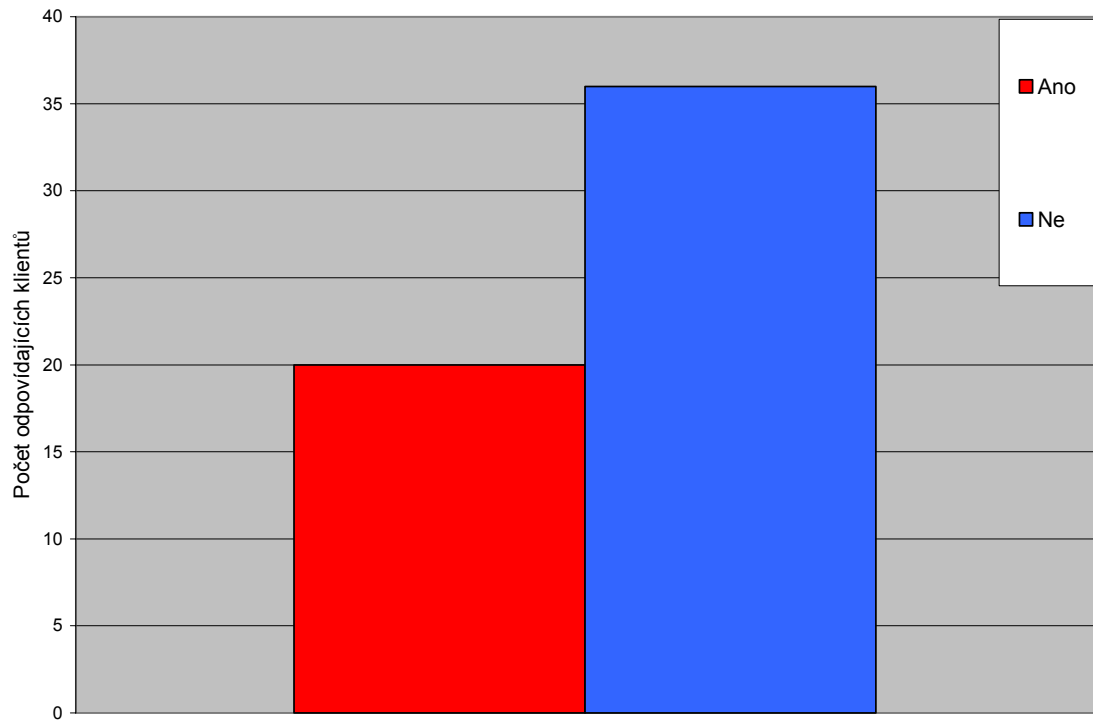
**Otázka č. 4:**  
**Jaký druh cvičení u nás preferujete?**



Graf. č. 4

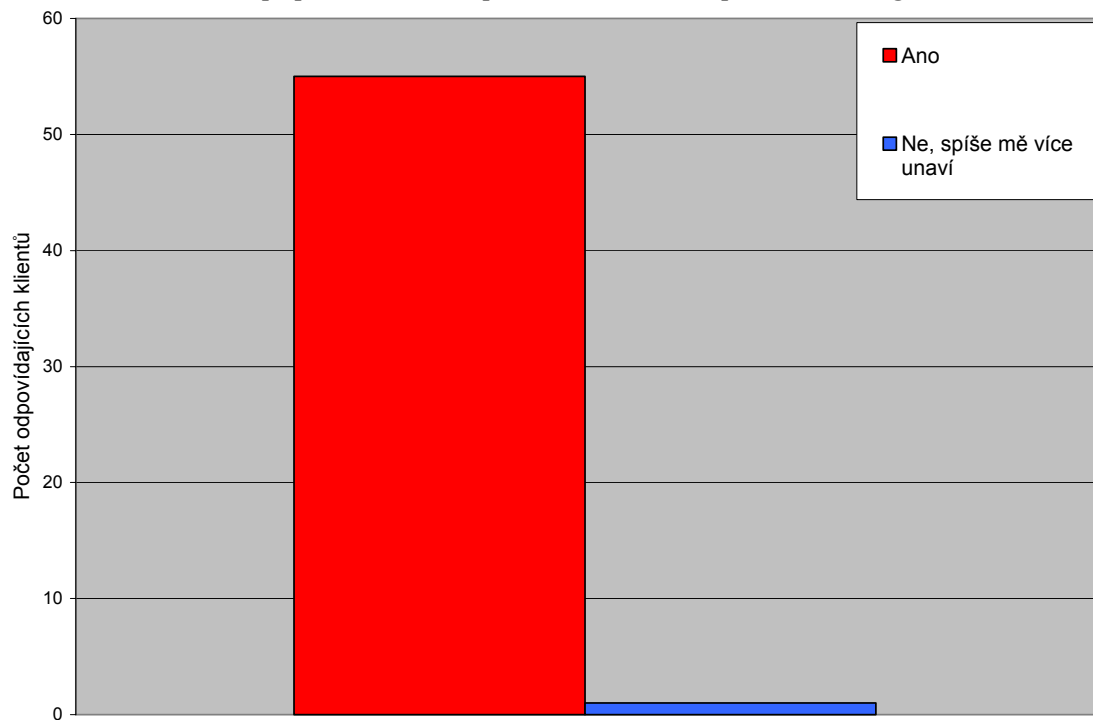


**Otázka č. 5:**  
**Využíváte i dalších služeb Zuzi studia Liberec?**



Graf. č. 5

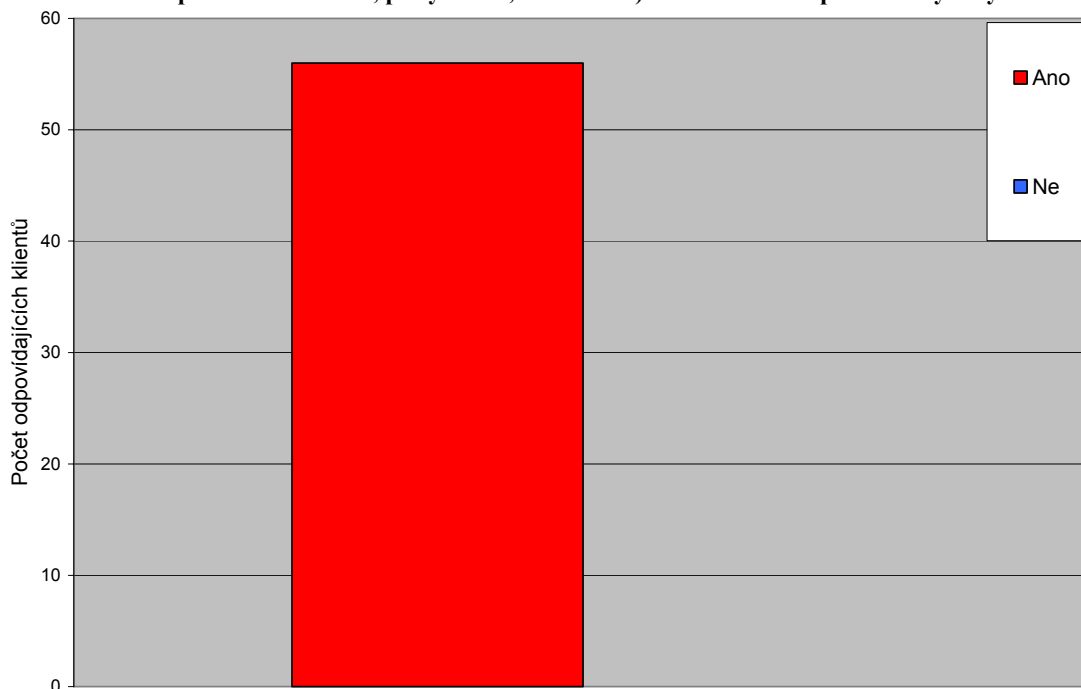
**Otázka č. 6:**  
**Jste po práci unavená a sportovní aktivita vám pomůže k odreagování?**



Graf. č. 6

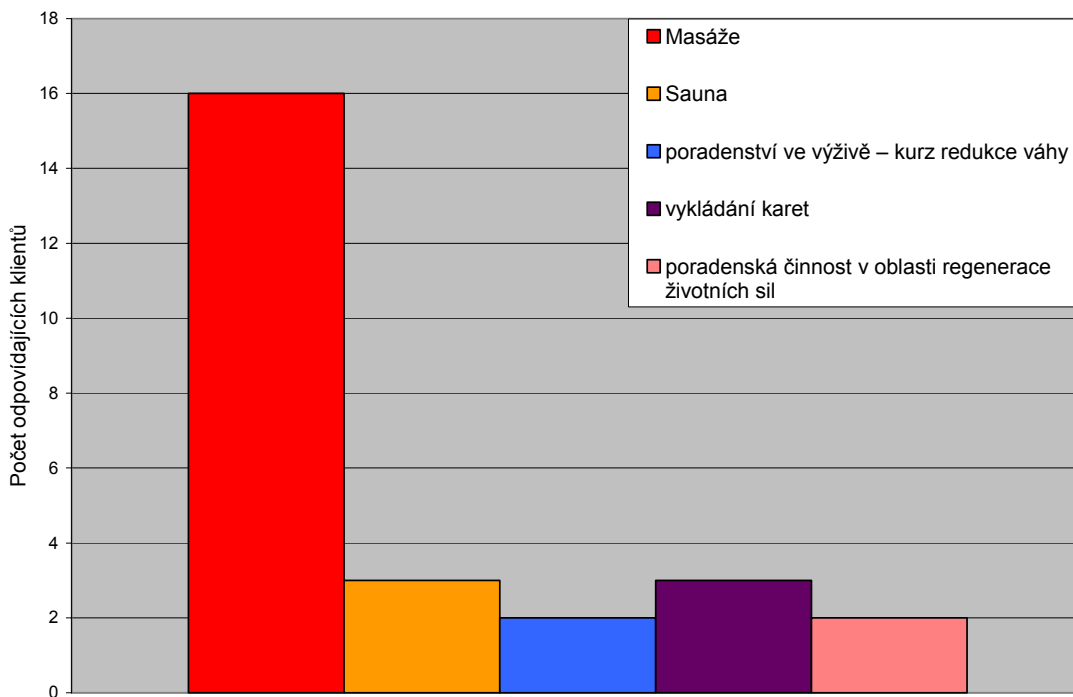
**Otázka č. 7:**

**Myslíte si, že udržování si zdraví pomocí zdravého životního stylu (cílený pohyb, správné stravování, pitný režim, relaxace...) má vliv na vaše pracovní výkony?**



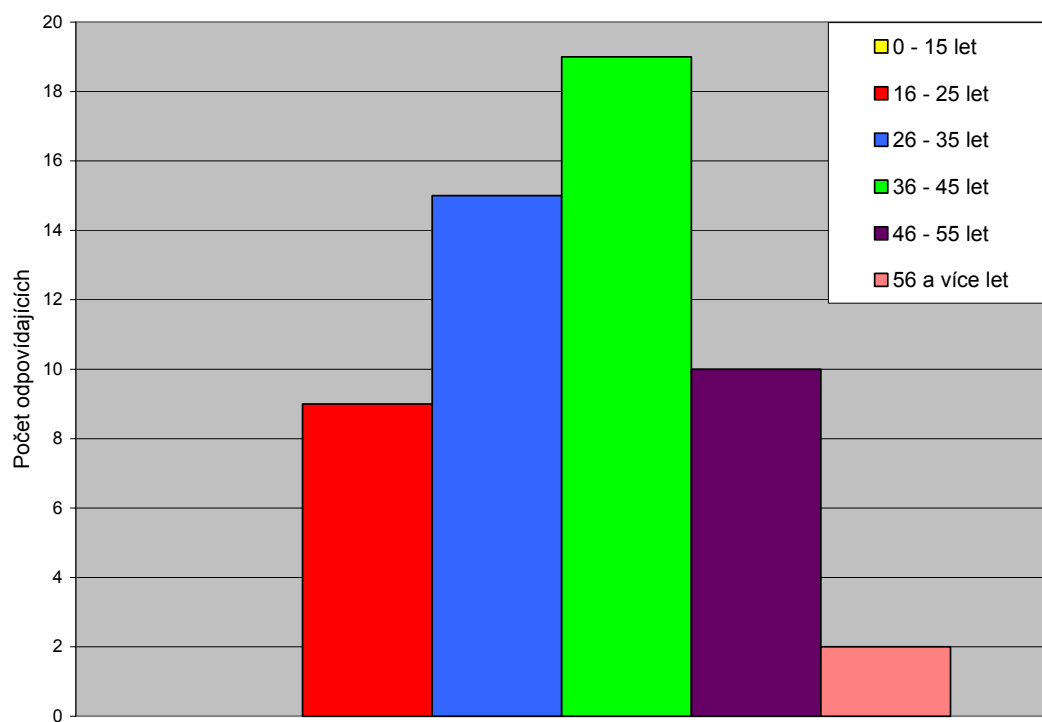
**Graf. č. 7**

**Využívání dopňkových služeb Zuzi studia Liberec pohodového centra zdraví**



**Gaf. č. 8**

### Věková struktura zákazníků Zuzi studia Liberec



Graf. č. 9

## **PŘÍLOHA č. 5**

## 5. NABÍDKA A CENÍK SLUŽEB KONKURENČNÍCH PODNIKŮ

### 5. 1. Bazén Liberec – Wellness centrum

Nabídka služeb Wellness centra:

- Posilovna
- Lekce aerobiku
  - Step aerobic
  - Aerobic
  - Power jóga
  - Vinyasa flow
  - Zdravotní cvičení
  - Jóga pro těhotné
  - Bodyform
  - Fitball
- Spinning
- Občerstvení
- Masáže
- Konzultace - zdravý životní styl
  - sestavení cvičebního programu
  -

Tab. č. 9: Ceník služeb Wellness centra – jednotlivé vstupné

<b>Jednotlivé vstupné</b>			
		<b>60 min</b>	<b>90 min</b>
Posilovna		80 Kč	100 Kč
Aerobní sál	Spinning	120 Kč	
	Aerobic, step aerobic, bodyform		100 Kč
	Jóga pro těhotné		100 Kč
	Power jóga		90 Kč
	Zdravotní cvičení	80 Kč	
<b>Slevy pro důchodce a studenty</b>			
Důchodci a studenti	.....		70 Kč

Tab. č. 10: Ceník služeb Wellness centra – permanentky

<b>Permanentky Wellness centra</b>				
<b>Počet návštěv</b>	<b>Cena</b>	<b>Platnost</b>	<b>Cena 1 návštěvy</b>	<b>Čas 1 návštěvy</b>
<b>Posilovna a aerobní sál</b>				
10	800 Kč	do vyčerpání	80 Kč	90 min.
30	2 200 Kč	do vyčerpání	74 Kč	90 min.
<b>Spinning</b>				
10	1 000 Kč	do vyčerpání	100 Kč	60 min.
30	2 700 Kč	do vyčerpání	90 Kč	60 min.
<b>Stříbrná karta – vhodná pro organizace</b>				
bez omezení	21 000 Kč	1 rok	...	bez omezení

## **5. 2. Pilateslife**

Nabídka služeb Pilateslife:

- Pilates
  - Pilates pro začátečníky
  - Pilates pro pokročilé
  - Pilates dance
  - Individuální hodiny pilates
- Baby studio
- Občerstvení

Tab. č. 11: Ceník služeb Pilateslife – individuální lekce

Počet klientů	<b>Individuální lekce cvičení</b>						
1	Počet hodin	1	5	10	15	20	30
	Cena programu	400 Kč	1950 Kč	3800 Kč	5500 Kč	7200 Kč	10500 Kč
	Cena lekce	400 Kč	390 Kč	380 Kč	370 Kč	360 Kč	350 Kč
2 - 3	Počet hodin	1	5	10	15	20	30
	Cena programu	300 Kč	1400 Kč	2600 Kč	3600 Kč	4600 Kč	6600 Kč
	Cena lekce	300 Kč	280 Kč	260 Kč	240 Kč	230 Kč	220 Kč
3 - 4	Počet hodin	1	5	10	15	20	30
	Cena programu	250 Kč	1150 Kč	2100 Kč	2850 Kč	3600 Kč	5100 Kč
	Cena lekce	250 Kč	230 Kč	210 Kč	190 Kč	180 Kč	170 Kč

Tab. č. 12: Ceník služeb Pilateslife – veřejné skupinové cvičení

Počet klientů	Veřejné skupinové cvičení						
	7 – 10	Počet hodin	1	5	10	15	20
Cena programu		150 Kč	950 Kč	1100 Kč	1350 Kč	1600 Kč	2100 Kč
Cena lekce		150 Kč	130 Kč	110 Kč	90 Kč	80 Kč	70 Kč
7 – 10 studenti	Počet hodin	1	16				
	Cena programu	80 Kč	1120 Kč				
	Cena lekce	80 Kč	70 Kč				
Děti 2 - 4 let	Počet hodin	1	10				
	Cena programu	50 Kč	450 Kč				
	Cena lekce	50 Kč	45 Kč				



### **5.3. Fit studio Hadrák**

Nabídka služeb Fit studia Hadrák:

- Posilovna
- Grün cycling
- Lekce aerobiku
  - Pilates
  - Pilates pro těhotné
  - Pilates fitball
  - Power yoga
  - Interval aerobic
- Kick box
- Hip hop
- Masáže
- Solárium
- Sestavování posilovacích programů
- Prodej doplňků výživy

Tab. č. 13: Ceník služeb Fit studia Hadrák

			Cena
Fit studio	Jednotlivé vstupné	Pracovní týden	90 Kč
		Víkend	70 Kč
	Měsíční permanentka		700 Kč
		Student	600 Kč
		Od 7 – 14 hod.	500 Kč
	Roční permanentka		5500 Kč
		Student	5000 Kč
	10x vstup	...	800 Kč
	20x vstup	...	1400 Kč
Aerobní sál	Jednotlivé vstupné	...	80 Kč
	10x vstup	...	750 Kč
	20x vstup	...	1400 Kč
Grün cycling	Jednotlivé vstupné	...	90 Kč
	10x vstup	...	850 Kč

	20x vstup	...	1600 Kč
Solárium	1 minuta	...	10 Kč
	50 minut	...	450 Kč
	100 minut	...	800 Kč

#### **5. 4. Aerobic studio Euforia**

Nabídka služeb Aerobic studia Euforia:

- Cvičení Bosu
- Bodytoning
- Body balance
- Kick box aerobic
- Power stretch
- Fit aerobic
- Gyro metoda
- Fit sručníkem
- Cvičení pro děti
- Tanec

Tab. č. 14: Ceník služeb Aerobic studia Euforia

Služba	Počet vstupů	Cena
<b>DOSPĚLÍ</b>		
Jednorázové vstupné	1 lekce	55 Kč
Permanentka	10 lekcí	500 Kč
Permanentka	20 lekcí	900 Kč
<b>DĚTI</b>		
Jednorázové vstupné	1 lekce	45 Kč
Permanentka	10 lekcí	400 Kč
<b>LEKCE BOSU</b>		
Jednorázové vstupné	1 lekce	65 Kč
Permanentka	10 lekcí	600 Kč
Permanentka	20 lekcí	1100 Kč
Permanentka Bosu + aerobic	10 + 10 lekcí	1000 Kč

## **PŘÍLOHA č. 6**

## **6. POROVNÁNÍ KONKURENČNÍCH PODNIKŮ SE ZUZI STUDIEM**

### **LIBEREC**

Tab. č. 15: Porovnání nabízených služeb fyzické aktivity

<b>Nabízené služby - fyzické aktivity</b>	<b>Zuzi studio</b>	<b>Wellness centrum</b>	<b>Pilateslife</b>	<b>Fit studio Hadrák</b>	<b>Studio Euforia</b>
Step aerobik	x	x			
Aerobik		x		x	x
Pilates	x		x	x	
Pilates pro těhotné				x	
Pilates dance			x		
Pilates fitball				x	
Power jóga	x	x		x	
Jóga pro těhotné		x			
Vinyasa flow		x			
Body form,	x	x			x
Zdravotní cvičení		x			
Fitball		x			
Kick box				x	x
Bosu					x
Body balance					x
Gyro metoda					x
Power strech					x
Posilovna		x		x	
Spinning		x		x	
Tanec				x	x
P- class	x				
Power slide	x				

Tab. č. 16: Porovnání nabízených služeb relaxace

<b>Nabízené služby - relaxace</b>	<b>Zuzi studio</b>	<b>Wellness centrum</b>	<b>Pilateslife</b>	<b>Fit studio Hadrák</b>	<b>Studio Euforia</b>
Msáže	x	x		x	
Lymfodrenáže	x				
Solárium				x	
Poradenství ve výživě	x	x			
Vykládání karet	x				
Sauna	x	x			
Regenerace sil přírodní cestou	x				

Tab. č. 17: Porovnání prostředí

<b>Prostředí</b>	<b>Zuzi studio</b>	<b>Wellness centrum</b>	<b>Pilateslife</b>	<b>Fit studio Hadrák</b>	<b>Studio Euforia</b>
Kapacita ae. sálu	18 lidí	20 lidí	10 lidí	25 lidí	20 lidí
Počet lektorů	9	7	1	5	6
Cvičení o víkendu	ano	ano	ne	ne	ano
Počet hodin cvičení v týdnu	31	32	16	23	22
Cena za lekci cvičení	90 Kč	100 Kč	150 Kč	80 Kč	55 Kč