



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kaposvári Campus
Kereskedelem és marketing Szak

A Red Bull online kommunikációjának elemzése

Belső konzulens: Pintér Attila
mestertanár

Külső konzulens: Sente Viktória
egyetemi tanár

Készítette: **Rotveiler Odett**
M7F112
nappali tagozat

Intézet/Tanszék: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet,
Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Kaposvár
2022

Összegzés

A szakdolgozatom címe a Red Bull online kommunikációjának elemzése. Azért választottam ezt a témát mert többek között nagyra tartom a cég munkásságát, amiben nagyban szerepet játszik a marketingtevékenysége is. Emellett egy cég online kommunikációjának a felépítése is érdekes számomra főleg a mai széles internethasználatnak köszönhetően. A Red Bull márkával kapcsolatban ezt sok területen vizsgálni tudtam.

A kutatásom célja, hogy megtudjam, a fogyasztó mely lépésekben látja a márka sikerét a cég online kommunikációján keresztül. Mely tevékenységével ért egyet, mire van véleményük szerint szükség és mire nem. Célom volt még, hogy megfigyeljem hol tud a leghatékonyabban kommunikálni a cég a fogyasztóival az internet felületein keresztül és ezeket az oldalakat milyen módon használja ki. Ezekre kapott válaszaim által megtudhatom, hogy pontosan milyen online kommunikációt végez a Red Bull.

Ezekre a kérdéseimre a válaszokat szekunder és primer kutatással kerestem. Szekunder kutatásaim során különböző források segítségével elemeztem a márka történetét, az online kommunikációt és a Red Bull online kommunikációs tevékenységeit a POES modell keretein belül. A primer kutatásom egy kérdőív formájában valósult meg. 105 megkérdezettet gyűjtöttem, akik 15 kérdésemre adtak választ. Kérdéseimben szó volt a háttérváltozókról illetve az internetezési szokásokról, bizalmukat befolyásoló internetes jelenlétről, a Red Bull hasznos együttműködéseiről, támogatásairól, illetve ezek vásárlásra gyakorolt hatásáról.

A válaszokból kapott eredmények bemutatása után levontam az azokból kapott következtetéseket. Ezzel együtt javaslatokat tettem a Red Bull számára, amiket megfogadva úgy gondolom eredményesebbé válhatna a cég és annak kommunikációja.

Összességében megtudhattam a célkitűzésemben feltüntetett kérdéseimre a válaszokat, legfőképpen, hogy a fogyasztók mit gondolnak a Red Bull online kommunikációjáról, illetve, hogy a márkának főként mire szolgál az online marketingje.