

NÁSTROJE INTERNETOVÉHO MARKETINGU VYBRANÉHO E-SHOPU

2018

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková Ph.D.
Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, oddělení
manažerských studií

Tereza Toufarová

Abstrakt

Cílem této bakalářské práce je analýza nástrojů internetového marketingu, které jsou vhodné pro e-shop. Zásadním přínosem práce je analýza současného online komunikačního mixu vybraného e-shopu. Dílčím cílem práce bude kalkulace nákladů na konverzi u různých nástrojů a návrh nové komunikační kampaně pro daný e-shop.

Práce je rozdělena na dvě části, část teoretickou, kde jsou detailně rozebrány jednotlivé nástroje, a část praktickou, která vychází z teoretické části a kde je analýza e-shopu XY a jeho jednotlivých marketingových nástrojů z teoretické části. Praktická část také obsahuje několik doporučení a změn v marketingových nástrojích.

English summary

The aim of this bachelor thesis is to analyze internet marketing tools that are suitable for e-shop. The core benefit of the thesis will be the analysis of the current on-line communication mix of the selected e-shop.

The partial goal of the re-search is to calculate the cost of conversion for different tools and to design a new communication campaign for the e-shop.

The thesis is divided into two parts. Firstly, the theoretical part analyses individual tools in detail. Secondly, the practical part based on the theoretical part is presented with the analysis of the e-shop and application of the marketing tools from previous part. This section also contains several recommendations and changes in marketing tools.

Při analýze marketingových nástrojů firmy byly zjištěny nedostatky převážně v PPC reklamách, které jsou nastaveny špatně a například ve vyhledávací síti zauímají nízké pozice. Vzhledem k uchovávání si jednotlivých dat v systémech Adwords a Sklik je doporučeno založit si nové účty s novými kampaněmi. Další chybou je SEO, které při testu vyšlo pouze na 51%. Hlavní chyby a jejich řešení jsou v příložené tabulce. Mít vybudované kvalitní SEO je skvělý nástroj pro všechny firmy, které inzerují na Internetu.

Chyby v testu SEO a navrhovaná řešení

Chyba v testu	Řešení
Responzivní web - Web není připraven pro tablety a mobily.	Vytvoření mobilní verze externí společnosti.
Ikona webu - Web nemá ve zdrojovém kódu uvedenou ikonu nebo ikona nebyla nalezena.	Vytvoření ikony grafikem a vložení do webu IT pracovníkem.
Hlavní nadpis - Stránka obsahuje více hlavních nadpisů	Zachovat správnou strukturu webu.
Počet nadpisů - Stránka obsahuje 26 nadpisů.	Vytvoření správné struktury webu
Obrázky - Stránka obsahuje 96 obrázků.	Obrázky rámcí e-shopu jsou v pořádku.
Navigace - Webová stránka neobsahuje informace o navigaci (menu stránek)	Vytvoření správné struktury menu na webu

Roční graf hledanosti slova "knihy" na seznam.cz



Díky stále vyvíjejícím se moderním technologiím je online marketing rozšiřován do podob, o kterých mnohdy samotní lidé ani nevědí. Pro firmy je online marketing vhodná forma propagace, která je oproti klasickému marketingu mnohdy levnější.