

# E-mail marketing, chatboti, push notifikace a jejich vzájemné propojení

Student: Marek Růžička  
Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.  
Akademický rok: 2017/2018

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE,  
MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIIÍ

## ABSTRAKT

Obsahem diplomové práce je analýza současných možností **e-mail marketingu, chatbotů a webových push notifikací** a jejich využití v marketingovém mixu. Toho je docíleno pomocí analýzy nástrojů, které jsou dnes na trhu a jejich testováním. Zároveň je navrženo **automatizované propojení těchto nástrojů** za účelem zvýšení tržeb a konverzního poměru elektronického obchodu. V pilotním projektu jsou vybrané nástroje implementovány a jsou v nich nastaveny automatizované kampaně. Je popsáno, jak se nástroje vzájemně propojují a jak se tím základní marketingové kampaně vylepšují.

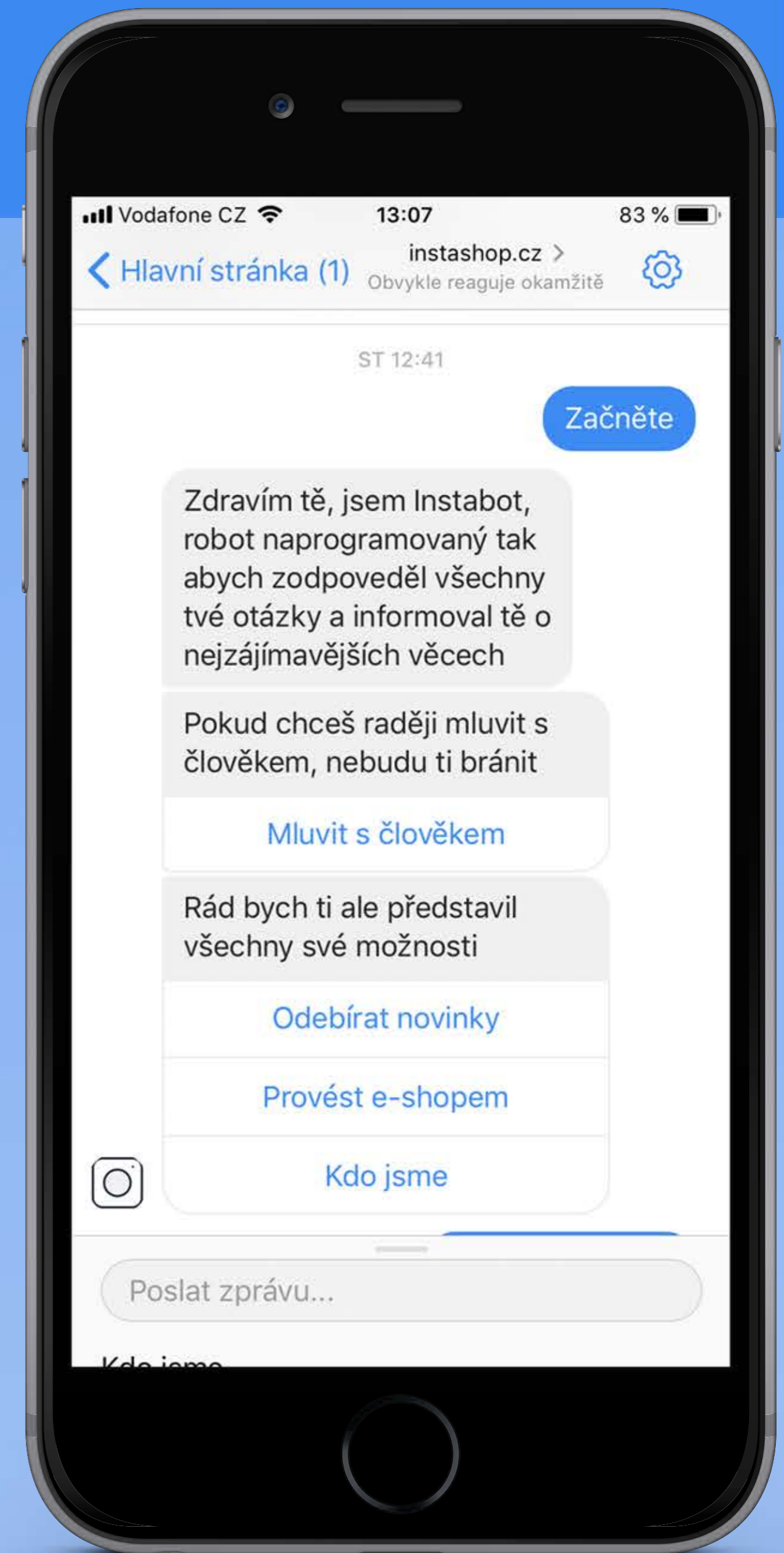
The Diploma Thesis deals with analysis of the current possibilities of E-mail Marketing, Chatbots, Web Push Notifications and their use in Marketing Mix. This is achieved by analyzing the tools, which are currently on the market. At the same time, an automated mutual interconnections of these tools is proposed to increase sales and conversion rate of e-commerce store. In the pilot project, selected tools are implemented and automated campaigns are set up. Also, tools are interconnected for improving basic marketing campaigns.

## CÍL PRÁCE

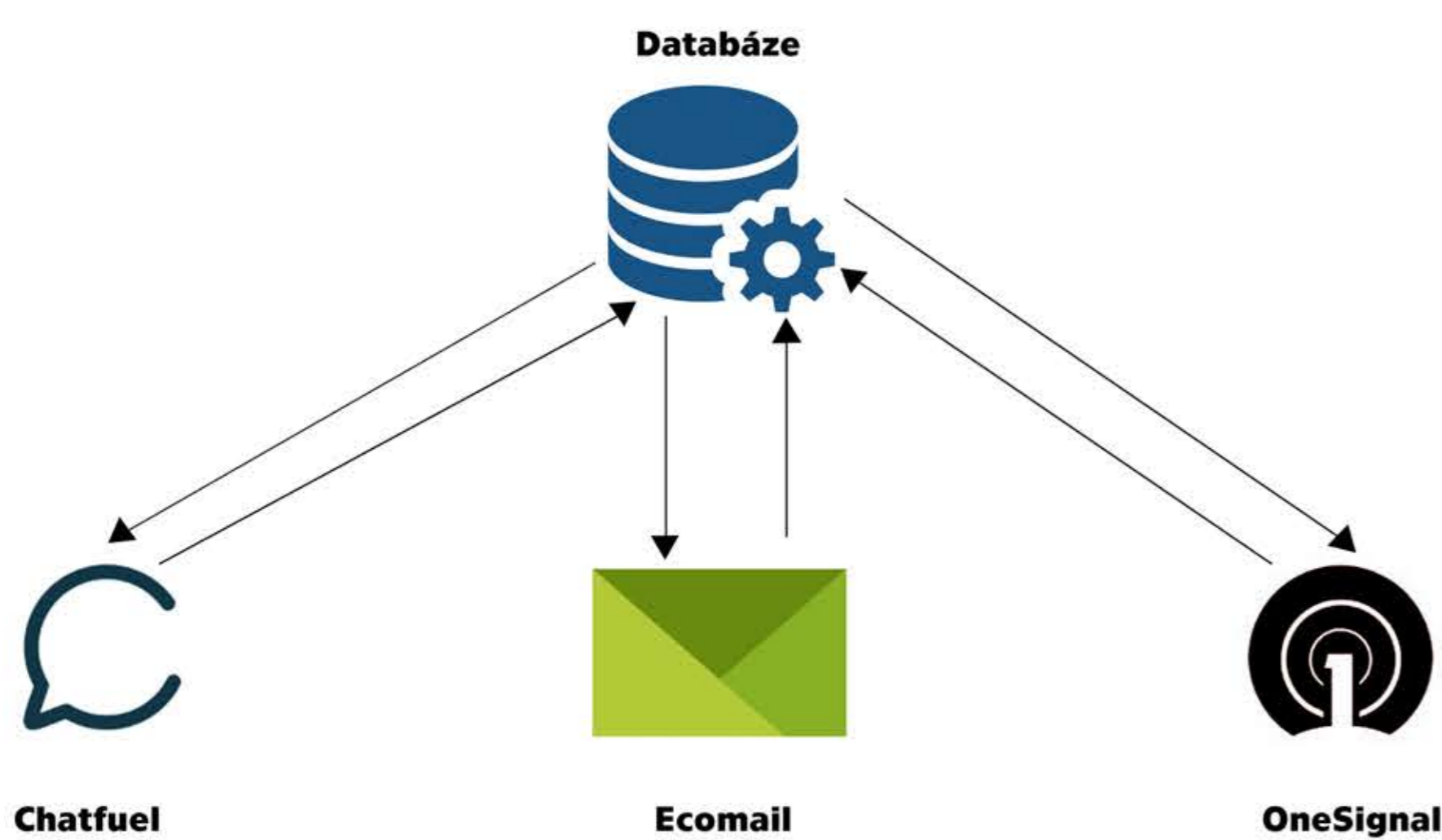
Cílem diplomové práce je analyzovat současné možnosti e-mail marketingu, využití chatbotů a push notifikací. Navrhnout automatizované propojení těchto kanálů za účelem zvýšení konverzního poměru a povědomí na zkoumané firmě.

**instashop**

E-shop byl založen v červnu roku 2017 a zaměřuje se na prodej vybavení na oslavy a produkty **pro zdravý životní styl a trávení volného času**. Je koncipován pro mladou generaci, která na web přistupuje hlavně z mobilních zařízení a je zvyklá komunikovat skrz **chatovací služby**. Sortiment byl zvolen kvůli své vysoké marži, dostupnosti u dodavatelů a malé velikosti produktů z důvodu skladování. Do budoucna se počítá s rozšířením o další výrobky dle sezónní poptávky.



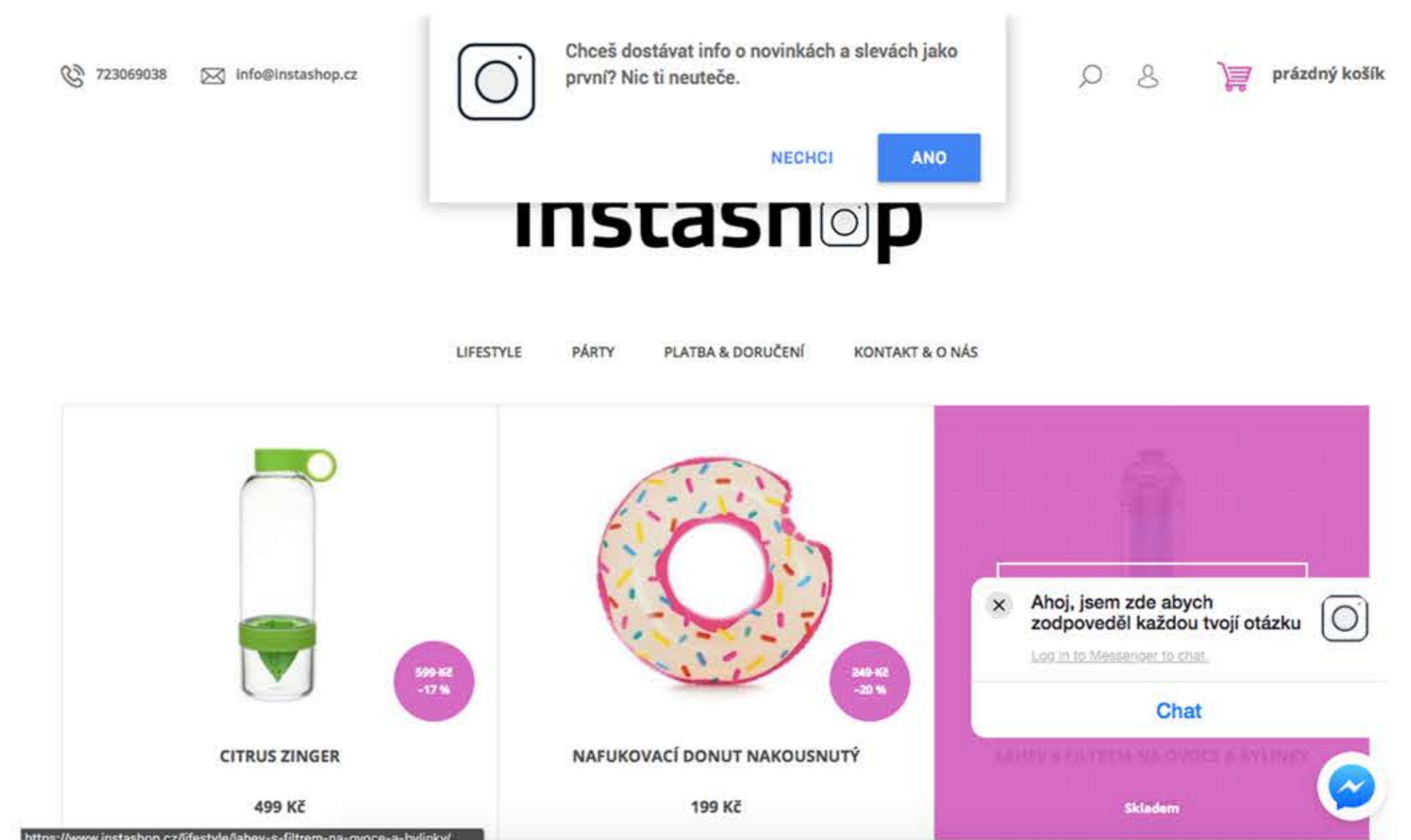
## NAVRŽENÉ ŘEŠENÍ



Bylo navrženo vzájemné automatické propojení nástrojů pro kanály e-mail marketingu, push notifikací a chatbotů.

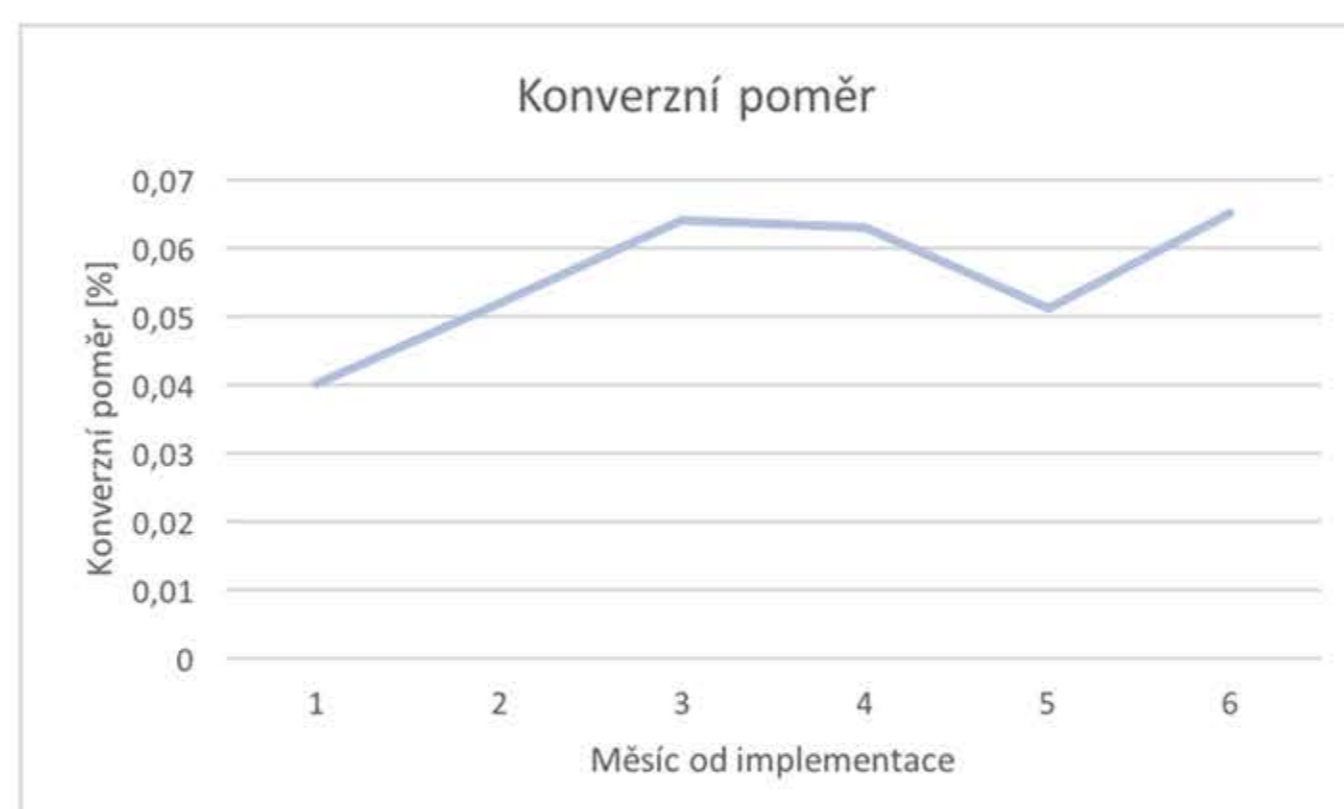
K propojení byl využit vlastní server s databází pro synchronizaci a shromáždění dat a automatizaci.

## IMPLEMENTACE NA WEB



Do e-shopu byl implementován plugin pro komunikaci s chatbotem přímo na webu a sběr souhlasu se zasíláním push notifikací.

## VYHODNOCENÍ



Díky implementaci nových marketingových kanálů došlo ke zvýšení tržeb a vygenerování zisku 81 559 Kč za 6 měsíců. Konverzní poměr e-shopu vzrostl z původních 4 % na 6,5 %.

PNO je 15,2 % a ROI 333,7 %. Investici lze ze všech pohledů prohlásit za úspěšnou.