

INOVAČNÍ AKTIVITY PRO ZVÝŠENÍ ÚČINNOSTI VÝKONNOSTNÍ ONLINE MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

realitní společnosti

Autor práce Bc. Kateřina Tomášová
Vedoucí práce Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
Pracoviště MÚVS ČVUT - oddělení manažerských studií
Akademický rok 2020/2021

Inovační AKTIVITY

OPTIMALIZACE WEBU

Fungující webové stránky jsou prioritou pro účinnost výkonnostního marketingu. Inovace zahrnující přepracování webu po technické i grafické stránce

ÚČET PRO REKLAMU

Inovace se týká přenastavení struktury účtu pro reklamu s efektivním rozdělením kampaní a sestav dle frameworku STDC

ZAPOJENÍ MAKLEŘŮ

V rámci snahy zapojení makleřů do marketingových aktivit firmy byl vytvořen pro makleře nový web, schéma marketingové komunikace a plán kampaní dle frameworku STDC

ABSTRAKT

Diplomová práce pojednává o zvýšení efektivity výkonnostního marketingu v realitní společnosti prostřednictvím implementace nových inovačních aktivit. Práce si klade za cíl představit a zhodnotit výkonnostní systém a posoudit samotnou výkonost inovačních aktivit za účelem dosažení cílů společnosti. Teoretická část zahrnuje kromě inovativního marketingu také online marketing s důrazem na výkonostní nástroje a PPC systémy. Samotná praktická část pak poskytuje analýzu výchozího stavu výkonnostního marketingu dané společnosti s následnou aplikací inovačních aktivit, které jsou vyhodnoceny z hlediska účinnosti a jsou navržena další doporučení pro optimalizaci.

ENGLISH SUMMARY

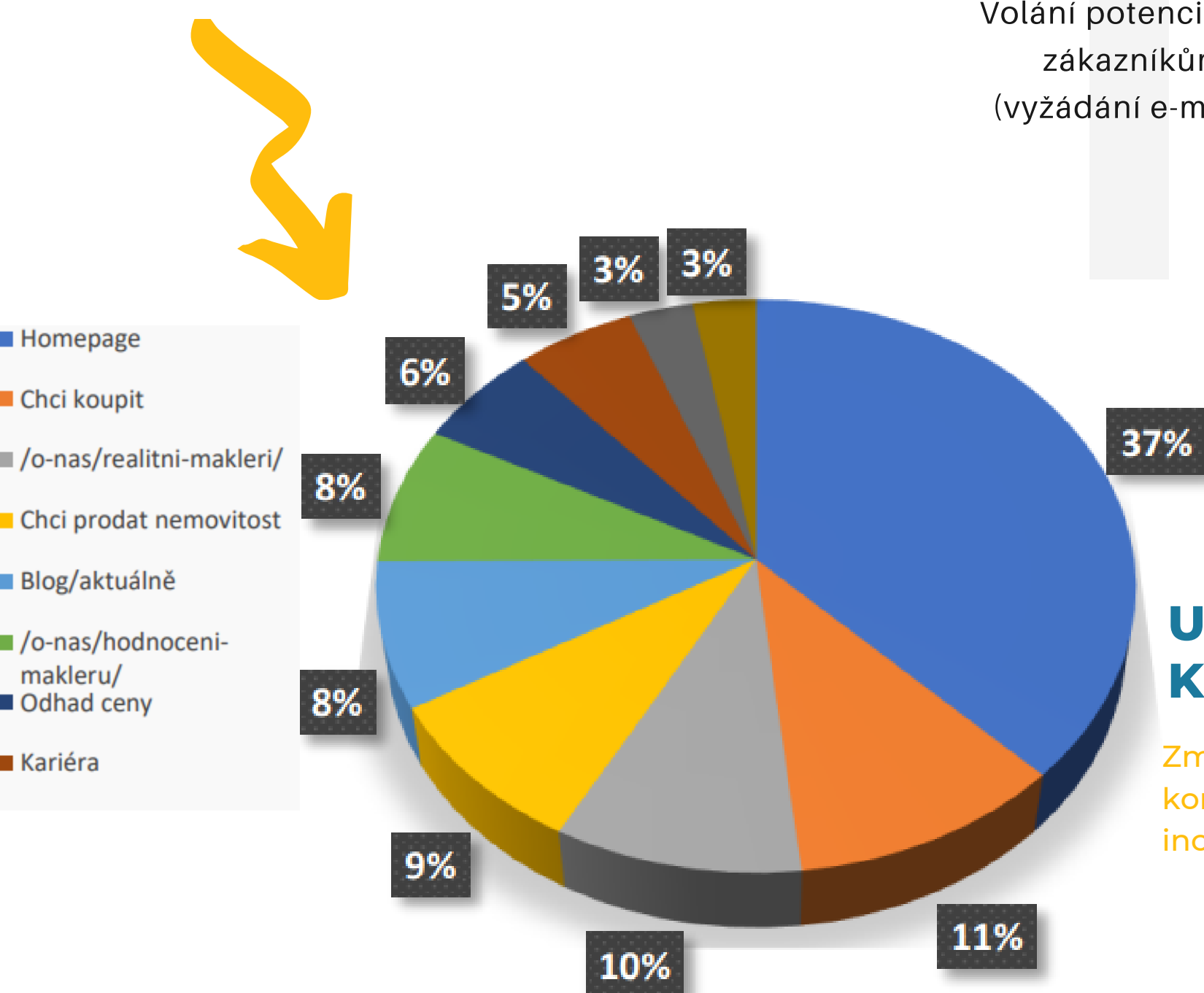
The diploma thesis deals with increasing the effectiveness of performance marketing in a real estate company through the implementation of new innovation activities. The work aims to present and evaluate the performance system and assess the performance of innovation activities in order to achieve the company's goals. In addition to innovative marketing, the theoretical part also includes online marketing with an emphasis on tool performance and PPC systems. The practical part itself then provides an analysis of the initial state of performance marketing of the company with the subsequent application of innovation activities, which are evaluated in terms of effectiveness and further recommendations for optimization are proposed.

METODIKA

Tato diplomová práce byla zpracována na základě sekundárních dat získaných z reklamních systémů Sklik, Google Ads a Google Analytics. Využity byly především pro analýzu výchozího stavu a následnou analýzu reklamních účtů po aplikaci inovačních aktivit.

NEJVÍCE NAVŠTĚVOVANÉ STRÁNKY

Po aplikaci inovací se mezi nejnavštěvovanějšími stránkami objevila i stránka s aktualitami, což svědčí o efektivním nastavení klíčových slov v článkách.



USKUTEČNĚNÉ KONVERZE

Změna uskutečněných konverzí před a po aplikaci inovačních aktivit.

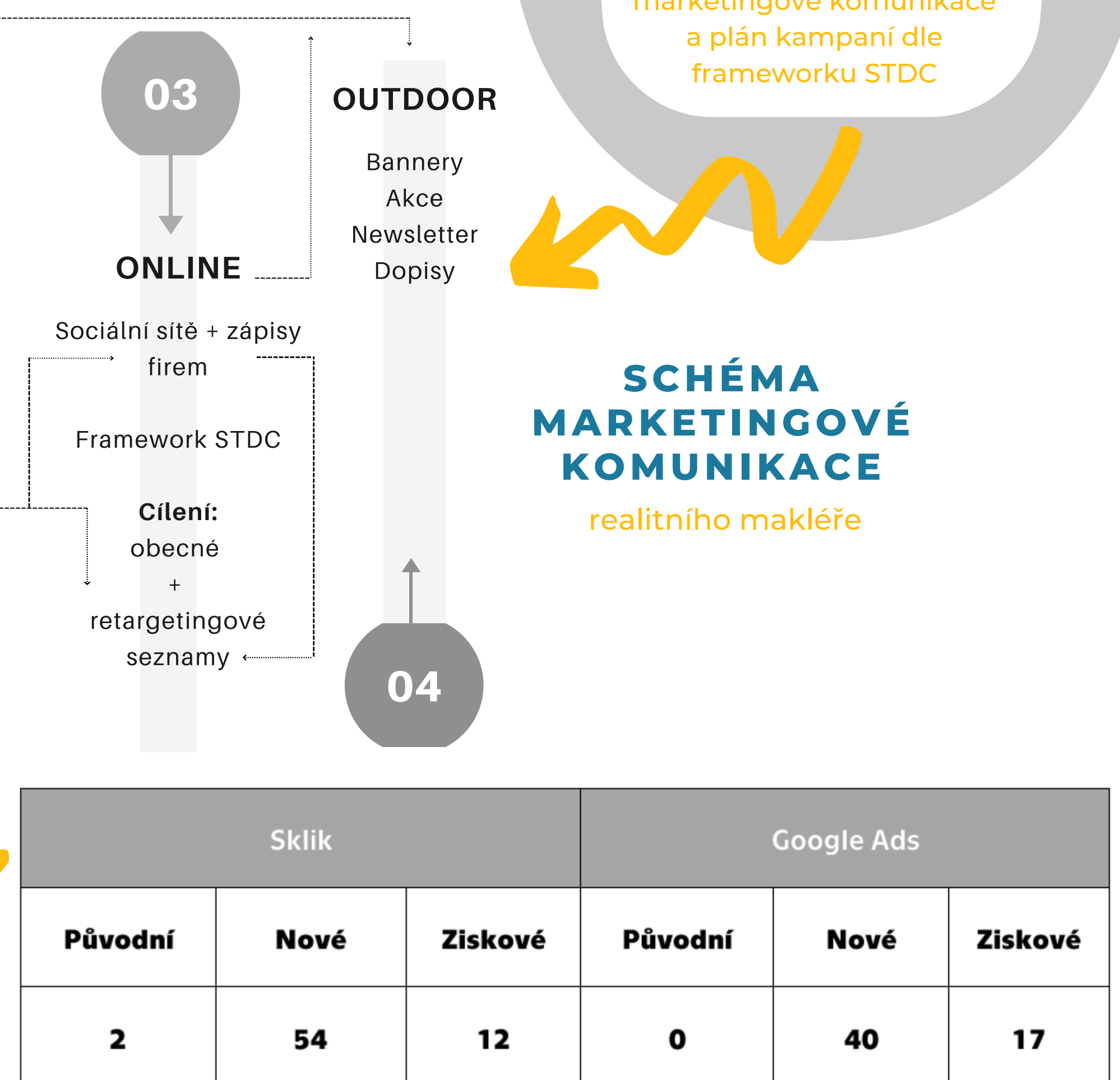


SCHÉMA MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

realitního makleře

VYHODNOCENÍ

Samotné vyhodnocení ukázalo, že inovační aktivity pomohly společnosti výkonnostní marketing zvýšit natolik, že z původních 2 konverzí za 9 měsíců inzerování uskutečněných přes oba reklamní systémy, se tento počet zvýšil na celkem 94 konverzí za 3 měsíce inzerování, z čehož 29 konverzí přineslo reálný obchod a zisk pro společnost. 29 reálně uskutečněných konverzí pak zahrnovalo 19 získaných nemovitostí do nabídky a jednoho získaného realitního makleře. Zároveň bylo ověřeno, že zapojení realitního makleře do procesu propagace, výrazně přispívá marketingovému úsilí společnosti a komunikace je osobnější a účinnější. Inovační aktivity tedy splnily očekávání společnosti a celkový výsledek je pro společnost přínosem.

LITERATURA

- [1] JANOUCH, Viktor, 2020. Internetový marketing. 3. aktualizované vydání. Brno: Computer Press. ISBN 978-802-5150-160.
- [2] HOFACKER, Charles F., 2018. Digital marketing: communicating, selling and connecting. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. ISBN 978-1-78811-536-0.
- [3] VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ, 2018. Reklama: jak dělat reklamu. 4., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5865-7.