

Internetový marketing vybrané společnosti



Bc. Linda Brúnová

2017

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá internetovým marketingem, jeho nástroji a následnou aplikací těchto nástrojů na vybranou společnost. Práce je rozdělena na dvě části - teoretickou a praktickou. Část teoretická se zabývá problematikou internetového marketingu, konkrétně internetovým obchodem, jeho úspěšným fungováním, a také jsou zde představeny jednotlivé nástroje, které jsou detailně rozebrány. Druhá část práce, tedy praktická část, vychází z části teoretické. Tato část obsahuje představení společnosti, analýzu její konkurence a následnou analýzu jednotlivých nástrojů. Hlavním přínosem této práce je analýza nástrojů internetového marketingu pro vybranou společnost a také doporučení pro jednotlivé nástroje.

Úvod

Cíl práce: Cílem této diplomové práce je analyzovat a zhodnotit využívané nástroje internetového marketingu vybrané společnosti a vypracovat návrh pro lepší využití internetového marketingu.

Název společnosti: EVATON, s.r.o.

Právní forma: spol. s.r.o.

Sídlo: V stráni 415/3, 150 00 Praha 5

Tato společnost je provozovatelem internetového obchodu www.lezec-shop.cz

Metodika



Teoretická část se zabývá problematikou internetového marketingu a vychází z odborné literatury. Je zde uvedena charakteristika internetového marketingu, stručná historie internetu a také jeho počátky a samotné výhody. Dále se práce zabývá založením internetového obchodu a jeho technickým řešením. V poslední části jsou definovány a detailně rozebrány vybrané nástroje internetového marketingu.

Praktická část se hned v úvodu zabývá charakteristikou vybrané společnosti, tedy společnosti EVATON, s.r.o., která je provozovatelem internetového obchodu www.lezec-shop.cz. Je zde také vytvořena analýza konkurence. Dále je v práci provedena analýza jednotlivých nástrojů internetového marketingu, které daný internetový obchod využívá. Následně jsou popsány doporučené úpravy jednotlivých nástrojů a také návrh dalších nástrojů internetového marketingu, které by tento internetový obchod mohl využívat. V závěrečné kapitole je shrnuto celkové zhodnocení a doporučení.

Nástroj	Druh vylepšení	Rozpočet (v Kč)	Poznámka
Webové stránky	Úprava rozložení nabídky produktů	2.500,- (při najmutí odborníka)	Tyto úpravy na webových stránkách uskutečnit mezi prvními, tzn. nejlépe do konce září 2017
Webové stránky	Propojení se sociálními sítěmi		
SEO	Odstranění duplicitních názvů, obsahů a meta popisů	8.000,- /měsíc (při najmutí brigádníka)	Postupně přepsat názvy, obsahy, meta popisy a popisy obrázků v průběhu následujících 2 měsíců, tzn. do konce října 2017
SEO	Doplnění titulků a popisů u obrázků		
Sociální sítě - Facebook	Změna úvodního obrázku/fotografie	0,-	Výběr pěti návrhů obrázku/fotografie - následně zvolení nejvhodnějšího z nich - do 14 dnů, tzn. do konce srpna 2017
Sociální sítě - Facebook	Vytváření soutěže	0,- práce + cena soutěžního produktu	1x za měsíc vytvořit soutěž na facebookových stránkách
Sociální sítě - Instagram	Aktivní využívání profilu - přidávání fotografií	0,-	Každý týden přidat alespoň 2 fotografie - využívat vhodné hashtagy (#)
Cenové srovnávače	Využití PPC na zboží.cz	2.000,- /měsíc	Zvyšovat pozice produktů v tomto srovnávači; aktivně využívat od října 2017
Cenové srovnávače	Sledování cen vybraných produktů u konkurence	0,-	Každý měsíc vyhledat nevíce prodávané zboží, porovnat s konkurencí a případně upravit ceny
E-mailing	Zlepšení vizualizace promo e-mailů	1.000,- návrh vizualizace nového promo e-mailu	Do konce října 2017 vytvořit návrh vizualizace nové podoby promo e-mailů
E-mailing	Zavedení newsletterů	1.000,- návrh vizualizace newsletteru	Od nového roku (2018) aktivně rozesílat jednou týdně newslettery

Závěr

V závěru jsou sepsána veškerá doporučení pro jednotlivé nástroje. Tato práce byla sepsána přímo po internetový obchod www.lezec-shop.cz a na základě této práce by měla být společnost schopna optimalizovat vhodné nástroje internetového marketingu, které využívá. Dále by také mohla využít některé z navrhovaných nástrojů internetového marketingu. Celkově by tak mohla navýšit počet zákazníků, a i samotných prodejů.

- [1] HORŇÁKOVÁ, Michaela. *Copywriting: podrobný průvodce tvorbou textů, které prodávají*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-
[2] JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7.
[3] JANOUC, Viktor. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7.
[4] KARLÍČEK, Miroslav. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
[5] MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný in-ternetový obchod*. Brno: Computer Press, 2017. ISBN 978-80-251-4383-4.
[6] PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3622-8.