

VYUŽITÍ PPC REKLAMY KE ZVÝŠENÍ PRODEJE INTERNETOVÉHO OBCHODU

Use of PPC Advertising to Increase Sales of E-shop

Autor: **Bc. Jolana Berková**

Vedoucí práce: **Ing. Petra Jílková, Ph.D.**

Masarykův ústav vyšších studií, České vysoké učení technické v Praze

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zaměřuje na využití PPC reklamy ke zvýšení prodeje vybraného internetového obchodu.

Teoretická část diplomové práce se zabývá vymezením internetového marketingu a internetové reklamy. Dále je teoretická část zaměřena na definování PPC reklamy, základních pojmů s ní spojené a druhy PPC kampaní. Také je zde přestavena struktura PPC kampaně a základní metriky pro její vyhodnocování a optimalizaci. Praktická část vychází z části teoretické. Na základě analýzy výchozího stavu PPC kampaní vybrané společnosti jsou zjištěny nedostatky a následně navrženy kampaně nové. Hlavním přínosem práce je implementace těchto nových kampaní s dosažením zvýšení prodeje internetového obchodu.

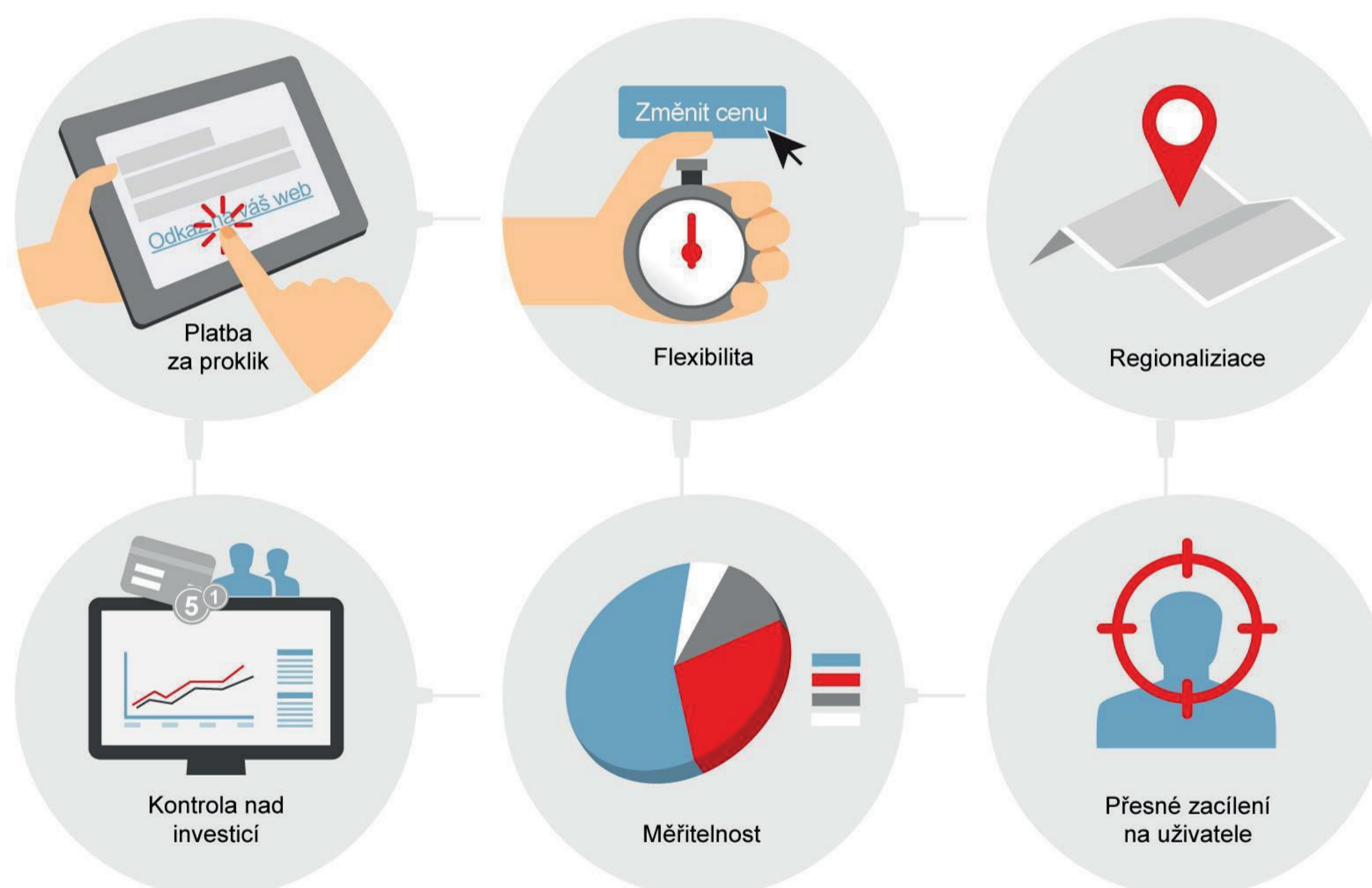
ENGLISH SUMMARY

This diploma thesis is focused on usage of PPC advertising to increase sales of selected e-shop.

The theoretical part of this diploma thesis deals with the definition of internet marketing and internet advertising. The next part of thesis is focused on the definition of PPC advertising, the basic terms associated with it and the types of PPC campaigns. There is introduced a structure of the PPC campaign and basic metrics for its evaluation and optimization. In the practical part, the thesis deals with the analysis of the initial state of PPC campaigns of a selected company. On this basis, shortcomings are identified and new campaigns are suggested. The main benefit of the thesis is the implementation of newly suggested campaigns to increase the sales of the selected e-shop.

KLÍČOVÁ SLOVA:

internetový marketing
Pay Per Click reklama
PPC
Google AdWords
Sklik



KLÍČOVÁ SLOVA:

internet marketing
Pay Per Clic advertising
PPC
Google AdWords
Sklik

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY:

ROWLES, Daniel, 2018. Digital branding: a complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement. 2nd Edition. New York: Kogan Page. ISBN 978-0-7494-8169-8.
MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK, 2015. Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4383-4
JANOUC, Viktor, 2014. Internetový marketing. V Brně: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.
EGER, Ludvík, David PRANTL, Karolína PTÁČKOVÁ, ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA a EKONOMICKÁ FAKULTA, 2017. Komerční komunikace. ISBN 978-80-261-0689-0.

