



Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá využitím cenových srovnávačů zboží Heureka.cz a Zboží.cz v rámci vybraného internetového obchodu. Cílem práce je analýza a zhodnocení využívaných cenových srovnávačů zboží, vypracování návrhu na jejich zefektivnění a následná implementace a vyhodnocení. Teoretická část je zaměřena na definování marketingu a jeho podobu v online prostředí. Dále jsou vymezeny základní nástroje internetového marketingu, které jsou stručně popsány. Praktická část vychází z části teoretické. Nejprve je stručně představen internetový obchod a následuje analýza stavu zbožíových srovnávačů před optimalizací. Dále je vytvořen návrh optimalizace a její implementace. Závěrečné kapitoly se věnují vyhodnocení proběhlé optimalizace a celkovému zhodnocení a doporučení do budoucna.

Abstract

This bachelor thesis focuses on using price comparison sites Heureka.cz and Zboží.cz within a selected e-shop. The aim of this paper is to analyse and evaluate the used sites for price comparisons of goods, to elaborate a proposal for their effectiveness and to implement and evaluate it subsequently. The theoretical part is concentrated on defining marketing and its form in online environment. Furthermore, the basic tools of internet marketing are described and defined. The practical part is based on the theoretical section. First, an e-shop is briefly introduced, then an analysis of the merchandise comparison sites follows before an optimization. Furthermore, an optimization is proposed and it is later implemented. The final chapter are devoted to the evaluation of the optimization and overall assessment. Recommendations for the future are proposed.

Cíl a přínos

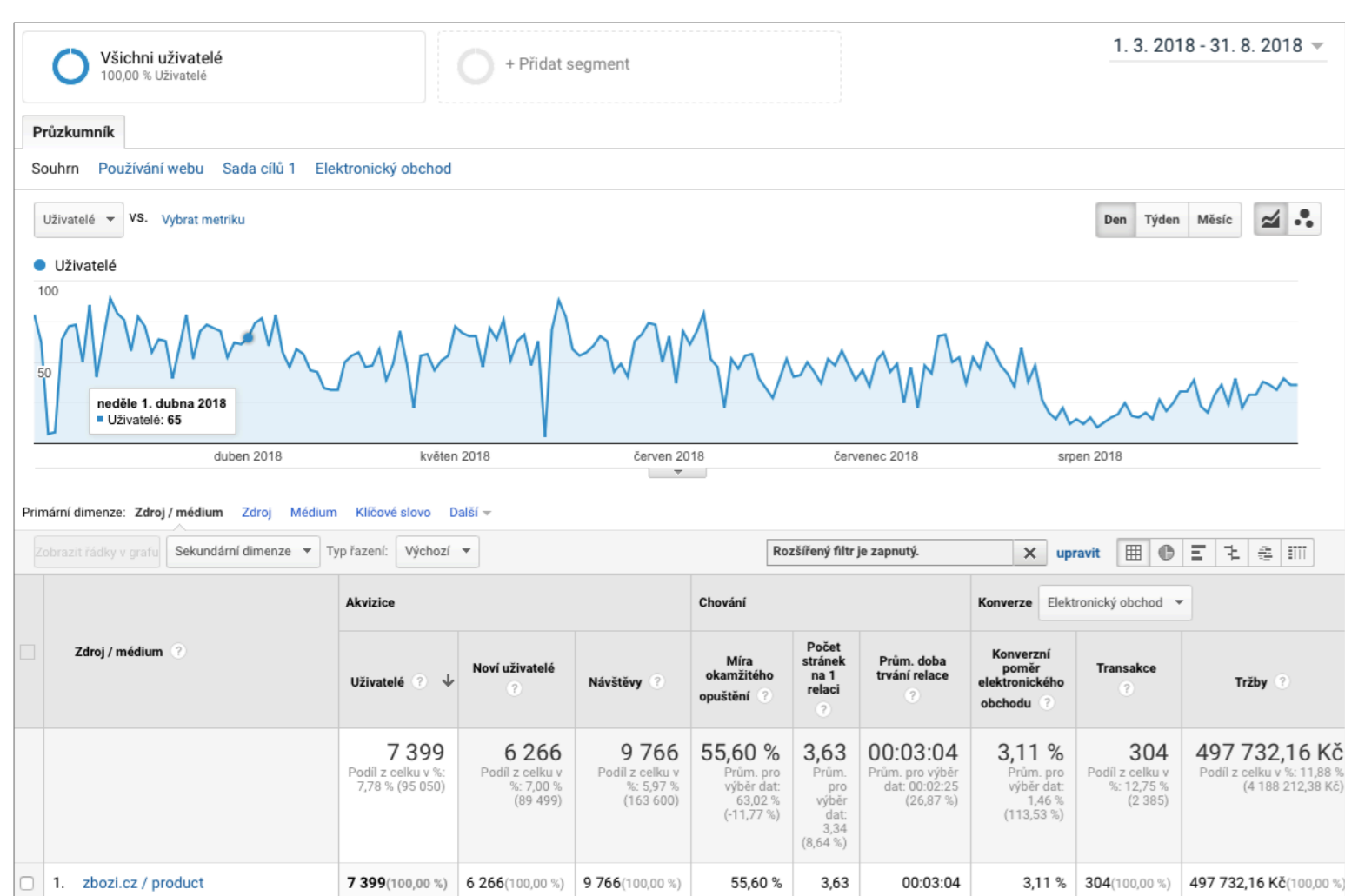
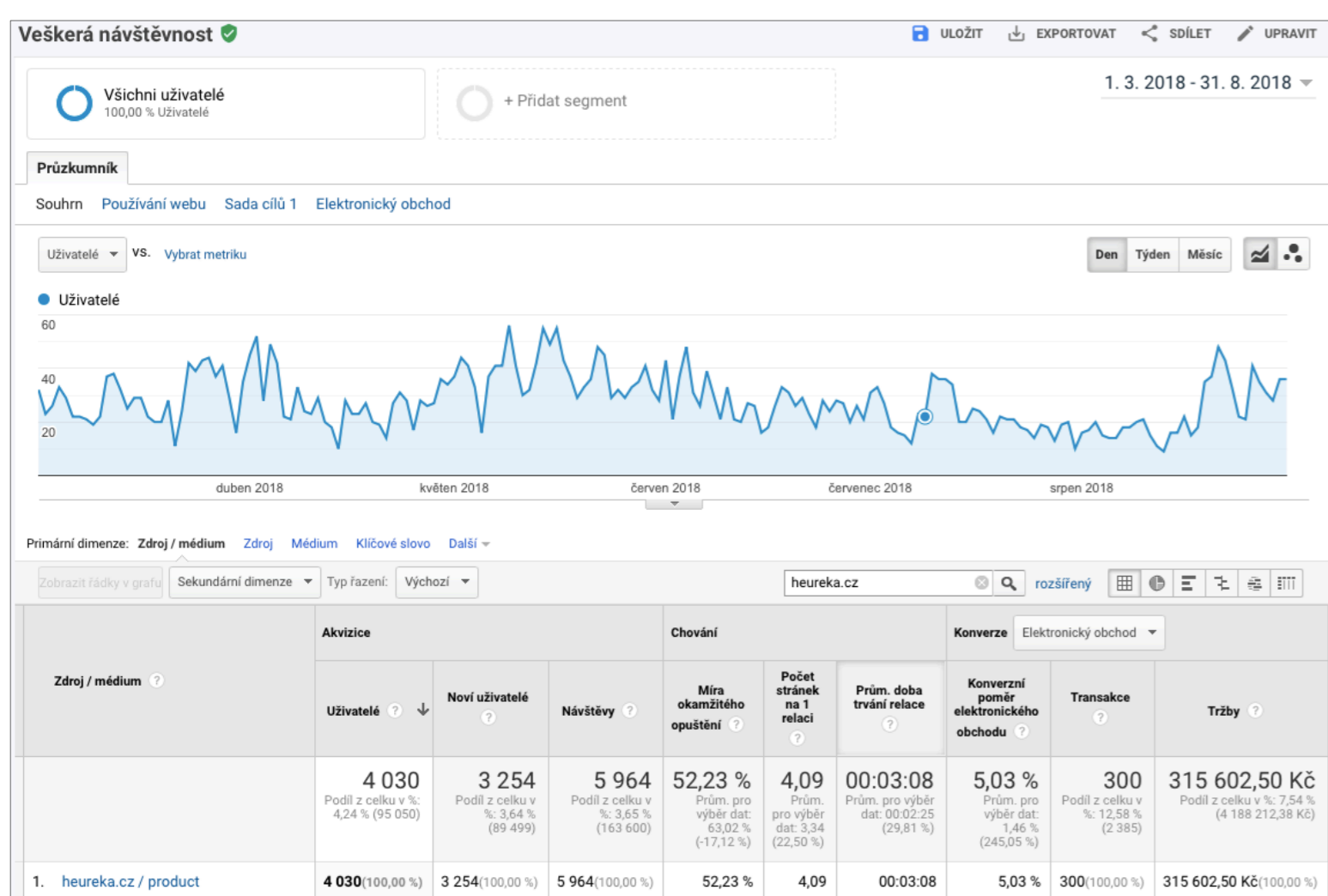
Cílem práce je analýza v současnosti používaných cenových srovnávačů zboží vybraného internetového obchodu, vypracování návrhu na jejich zefektivnění a následná implementace a vyhodnocení. Přínosem práce je návrh postupu pro zlepšení online propagace v rámci cenových srovnávačů zboží vybraného internetového obchodu.



Vyhodnocení optimalizace

Po šesti měsících optimalizace, která probíhala od 1. září do 28. února se celkové tržby přes Heureka zvedly o 448 631,88 Kč. Stejně tomu bylo i u Zboží.cz, kde se tržby po optimalizaci navýšily o 94 152,58 Kč.

Stav Heureka.cz a Zboží.cz před optimalizací



Návrh optimalizace

V tvorbě návrhu optimalizace byly prakticky vysvětleny a znázorněny úpravy v rámci XML feedu, spárování a biddingu v případě obou zbožíových srovnávačů.

Literatura

- STUHLÍK, Petr a Martin
DVOŘÁČEK. *Marketing na internetu*. GRADA Publishing, 2000. ISBN 80-7169-957-8.
- VELIČKA, Jakub. *Zbožové vyhledávače*[online]. H1.cz, 2013 [cit. 2019-02-20]. ISBN 999-00-000-4985-1. Dostupné z: <https://www.ereading.cz/reklama-marketing/zbozove-vyhledavace-4985>
- ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing obchodní firmy*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2049-4

Stav Heureka.cz a Zboží.cz po optimalizaci

