

Marketingová podpora internetového obchodu

2019

Bc. Kristýna Slepíčková

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií



Abstrakt

Tato diplomová práce se zaměřuje zejména na internetový marketing, jeho nástroje a jejich následnou analýzu pro vybraný internetový obchod.

Diplomová práce je rozvržena na dvě části – teoretickou a praktickou. Teoretická část se zabývá vymezením předmětu komunikace a internetovým marketingem. Dále je teoretická část zaměřena na definování nástrojů e-commerce a online marketingových nástrojů, které jsou detailně rozepsány. Praktická část vychází z teoretické části, kde je představen internetový obchod a vyhotovena analýza konkurence a analýza online marketingových aktivit, jež e-shop využívá. Hlavním přínosem práce je analýza internetových nástrojů marketingu pro vybraný internetový obchod a doporučení pro jeho rozvoj prostřednictvím vybraných online nástrojů.

Abstract

This diploma thesis is focused mainly on the internet marketing, tools and their subsequent analysis for selected internet shop.

The diploma thesis is divided into two parts - theoretical and practical. The theoretical part of this diploma thesis deals with the definition of the subject of communication and internet marketing. The next theoretical part focuses on the definition of e-commerce tools and online marketing tools, which are analyzed in detail. The practical part is based on the theoretical part, where the e-shop is introduced, and the analysis of the competition and the analysis of the online marketing activities used by the e-shop are completed. The main contribution of this work is the analysis of internet marketing tools for selected internet business and recommendations for its development through selected online tools.

Závěr

Hlavním cílem této práce bylo zpracování komplexního marketingového plánu vybraného internetového obchodu a formulování doporučení pro rozvoj tohoto obchodu, s ohledem na požadavky marketingové komunikace a kvalitu interaktivního uživatelského rozhraní. Naplnění tohoto cíle bylo provedeno prostřednictvím analýzy vybraných marketingových aktivit. Před návrhem doporučení ke zlepšení marketingových aktivit, bylo nejprve nutné zanalyzovat vybraný internetový obchod, prostřednictvím SWOT analýzy a analýzy konkurence. Pro diplomovou práci byl vybrán internetový obchod detskykramek.cz, který se zabývá prodejem netradičních dětských hraček. Online marketingovými nástroji, jež e-shop aktivně využívá, jsou webové stránky, PPC systémy (Google Ads a Sklik), sociální sítě a zboží srovnávače. Na závěr praktické části bylo zaznamenáno celkové zhodnocení, kde byly sumarizovány všechny doporučení online marketingových nástrojů internetu, jež e-shop využívá nebo by se na ně měl nově zaměřit. Cíl praktické části byl rovněž splněn.

Bibliografie

JANOUGH, Viktor. Internetový marketing. 2. vyd. v Brně: Computer Press, 2014, ISBN 978-80-251-4311-7.

CHAFFEY, Dave. Digital business and e-commerce management: strategy, implementation and practice. 6. vyd. Harlow: Pearson Education Limited, 2015, ISBN 978-0-273-78654-2.

KOTLER, Philip. Moderní marketing. 4. evropské vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

Metodika

V praktické části bude nejprve představen samotný internetový obchod. Bude zde identifikována cílová skupina, na kterou se e-shop zaměřuje. Dále bude provedena analýza konkurence s vybranými internetovými obchody, které také nabízejí dětské hračky. Důležitou složkou pro marketingový plán je SWOT analýza, prostřednictvím jejího sestavení se zajistí souhrn silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Další kapitola bude věnována analýze online marketingových nástrojů, které internetový obchod využívá. Pro analyzování těchto nástrojů bude využito dat systémů Google Analytics, Google Ads, Sklik a internetových srovnávačů Google Nákupy, heureka.cz a zbozi.cz. Dle nedostatků zjištěných při analyzování dat budou navržena doporučení, která přispějí ke zvýšení návštěvnosti webu a jeho rozvoji.

Návrh doporučených změn

Nástroj	Činnost	Popis implementace	Částka (Kč)	
Webové stránky	Webdesign	Převést e-shop pod službu shoptet.cz, změny jsou možné provést v rámci tarifu (do 1 měsíce)	1 479,- (tarif za službu shoptet.cz)	
	Způsob dopravy Zásilkovna		0,- (zdarma v rámci služby shoptet.cz)	
	Tlačítko pro sdílení sociálních sítí			
	Online platba kartou	Zavést možnost platby (do 3 měsíců)	500,- (zřízení platební brány)	
PPC	Google Ads	Implementace nových kampaní	Zavést nové kampaně pro zlepšení postavení ve vyhledávačích (do 3 měsíců)	6 000,- (v rámci služby shoptet.cz, bonus 3 000,-)
	Sklik			
Sociální sítě	Facebook	Aktivita přidávání příspěvků	Přidávat 2 až 3 příspěvky za měsíc	0,-
		Vytvoření reklamní kampaně	Zacílit na určitou skupinu lidí (do 1 měsíce)	1 500,-
		Publikování soutěže	1x za 3 měsíce vytvořit soutěž	libovolná částka za výhru
	Instagram	Aktivita přidávání příspěvků	Přidávat 2 až 3 příspěvky za měsíc	0,-
Cenový srovnávač zboží.cz	Vytvoření reklamní kampaně PPC	Podpořit umístění produktů v nabídce doporučených obchodů (do 3 měsíců)	2 000,- (odvíjí se od počtu prokliků)	