

E-marketing



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 8

18. 11. 2021

CÍLE SEMINÁŘE



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

1. Zopakovat si základní pojmy z přednášky formou testových otázek
2. Konzultovat úkoly z těchto přednášek:
 - Obsahový marketing
 - Vývoj a současný stav forem a prostředků marketingu v interaktivním prostředí
 - Vybrané online nástroje mar. komunikace
 - Cenové strategie a taktiky v rámci E-marketingu
 - Proces akvizice zákazníka na internetu
 - Prezentace firmy pomocí webové stránky



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 1: Co je to redakční systém?

...internetová aplikace, která jednoduchým způsobem umožňuje vytvářet a upravovat webové stránky.



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 2: Co je to UX (User experience)?

...sada technik, metod a pravidel, které lze využít při návrhu konkrétního uživatelského prostředí (webových stránek, aplikací, firemních systémů...).

...cílem je vytvořit u zákazníka kýžený **uživatelský prožitek** z navrhovaného produktu.

UX proces:

1. Uživatelský výzkum
2. Informační architektura
3. Interakční design
4. Vizuální design



Otázka č. 3: Jaké techniky můžeme použít v rámci uživatelského výzkumu?

- rozhovory s uživateli,
- datová analytika (sledování toků, chování uživatelů),
- focus group (skupinová diskuse),
- dotazníková šetření,
- testování použitelnosti s reálnými uživateli
- a další výzkumné metody.



Otázka č. 4: Co je cílem informační architektury?

...zobrazit jednotlivé propojení stránek, strukturu navigace a případně průchod uživatele k stanovenému cíli.

Používaná metoda v této fázi: **Card Sorting**, kdy vezmeme všechny podstránky našeho webu, napíšeme je na lístečky a dáme uživateli, aby je setřídili do logických skupin podle kritérií, které uznají za vhodné. Provádíme tuto metodu s několika uživateli (rozumným počtem je 5 uživatelů), aby mohly být výsledky porovnány (pro každého může být důležité něco jiného).

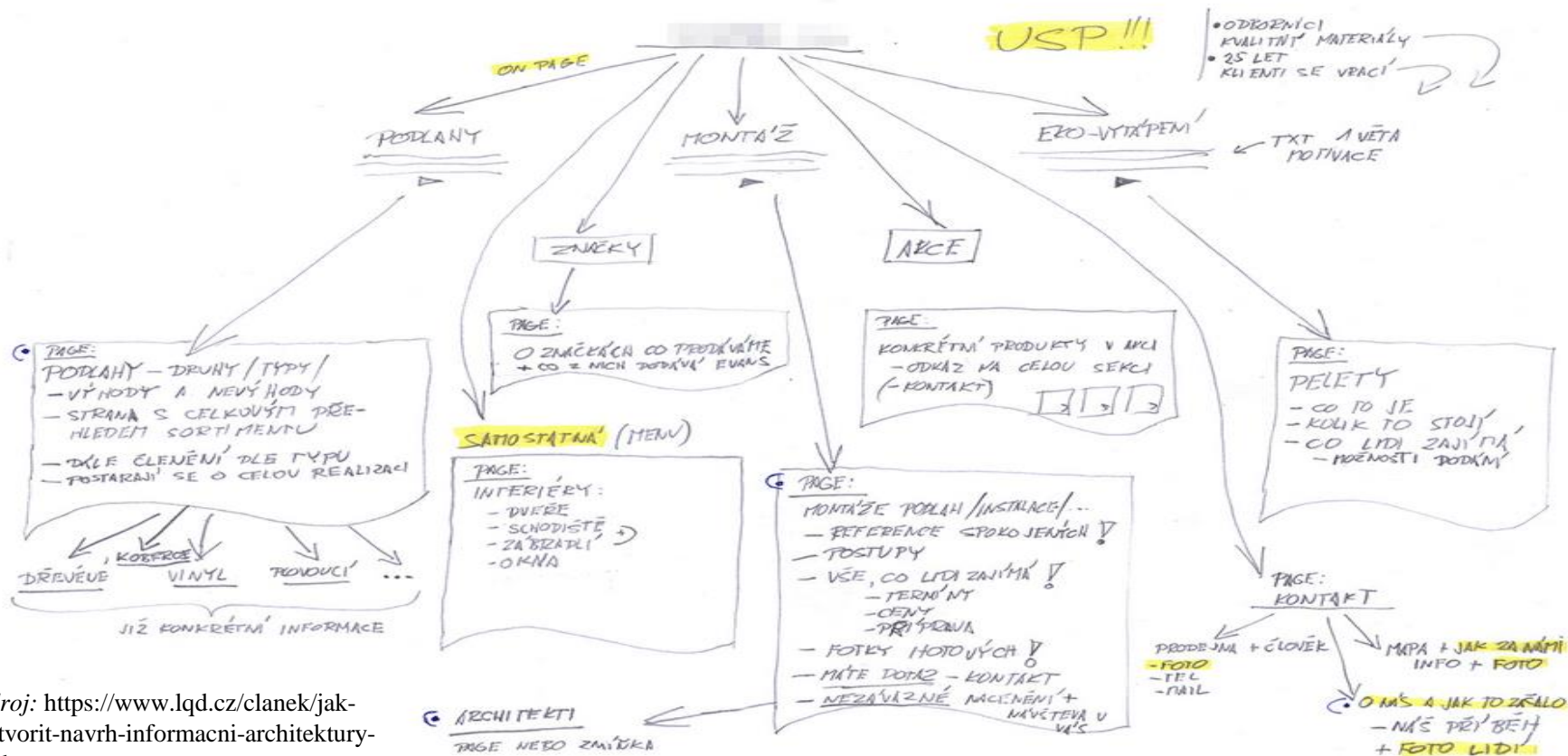
JE VŠAK PRO TUTO METODU DŮLEŽITÉ MÍT SEZNAM STRÁNEK NAŠEHO WEBU – NEBO JEJICH OSNOVU!



Začátek návrhu informační architektury s tužkou a listem papíru na základě informací z uživatelského výzkumu a analýzy klíčových slov – základ struktury webu



SLEZSKÁ
UNIVERZITA



Tvorba drátěného modelu webové stránky pomocí programu Pencil



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

The screenshot shows the Pencil software interface for creating a wireframe. The main workspace displays a contact page layout with several sections:

- Kontakt**: A contact form with fields for "jmeno a příjmení" and "e-mail", a "Vyplněním této stránky a formuláře potvrzujete:" checkbox, and an "Odeslat" button.
- Kontaktní údaje**: A section with the heading "Sive congetitque" and a paragraph of placeholder text.
- Fakturační údaje**: A section with the heading "Legre congetitque" and a paragraph of placeholder text.
- Bankovní spojení**: A section with the heading "Sui mare congetitque" and a paragraph of placeholder text.
- Mapa**: A large placeholder area for a map.
- Kontakt**: A list of links: Adresa, Adresa, Adresa, -.
- Služby**: A list of links: 1, 2, 3.
- Mapa webu**: A list of links: Homepage, Služby, Reference, Blog, O mně, Kontakt.

The interface includes a top toolbar with various tools and settings, a left sidebar with a "Search for shapes" field and a list of widget categories (Common Shapes, Desktop - GTK Widgets, Desktop - Sketchy GUI, Desktop - Windows XP Widgets, Flowchart, Mobile - Android ICS, Mobile - iOS UI Stencils, Mobile - Password Field, Label), and a bottom navigation bar with the current page "Kontakt" selected.

Zdroj:

<https://www.marketingmind.cz/drateny-model-wireframe-webove-stranky/>

RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 5: Jaké kroky provádíme v rámci UX – interakčního designu?

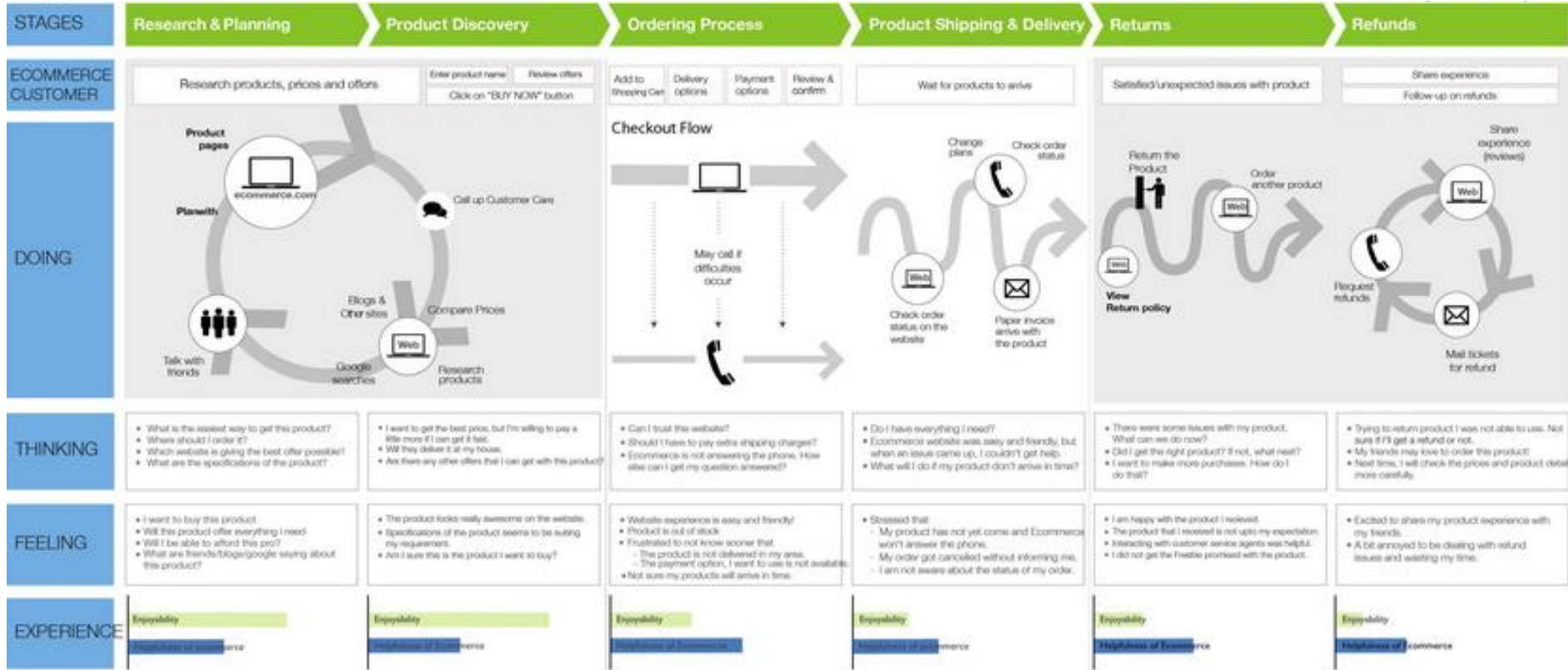
...řešíme interakci uživatele s produktem, vizualizujeme je za pomoci prototypu a map uživatelských příběhů. Navržené řešení dále popisujeme a testujeme.



Mapa uživatelských příběhů



SLEZSKÁ
UNIVERZITA



RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

Otázka č. 6: Co je to Google analytics a k čemu se používá?

....platforma pro sběr dat o webové stránce → data poskytuje uživateli pro lepší marketingová rozhodování



ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Prezentace firmy pomocí webové stránky“



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Úkol 1 – vytvořte návrh webu

Už žádné mazlení a komfortní zóny

Proces: Výzkum – Informační architektura - Interakční design

Reálný pitch

Promyšlené výstupy

Stanovené cíle webu a metriky

20 minut na přípravu + 2 minut pitch

Iterace -> 10 minut zlepšení + 2 minuty pitch

Pan Luděk od vás potřebuje webovou stránku.

Máte tým kodérů kteří ale mluví takto: „1001001010101000101011“.

Na vás je prodat na webu pana Luděka a jeho produkty: Čerstvé mléko, maso, zelenina a ovoce.

Distribuce pouze vyzvednutí.

Vyšší kvalita i cena.

Neexistuje brand ani komunikace v onlinu.



ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Prezentace firmy pomocí webové stránky“



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Úkol 2 – zpracujte report v GA

- Každý sám za sebe
 - Stanovte si období
 - Vytvořte segmenty
 - Mobilní návštěvy
 - Návštěvy s konverzemi
 - Identifikujte rozdíly v chování
 - Identifikujte rozdíly ve zdroji návštěvnosti
 - Podívejte se na celkové toky chování

GA – Demo účet:

<https://goo.gl/SKv14N>

**Děkuji za
pozornost
a přeji pěkný
den**

