

# E-marketing



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Radka Bauerová, Ph.D.**

Seminář č. 6

1. 12. 2022

# CÍLE SEMINÁŘE

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Zopakovat si základní pojmy z přednášek formou testových otázek
2. Konzultovat úkoly z přednášek



# 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)?

...vytvořit u zákazníka kýžený uživatelský prožitek z navrhovaného produktu.



## 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.



# ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Prezentace firmy pomocí webu“



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Nakreslit svůj web - na papír - na šířku - každý list jedna stránka
2. Nabízíte služby v oblasti e-marketing
3. Stránky
  - a) Domovská stránka - design + hlavní sdělení (claim)  
- představení služby
  - b) Představení - kdo jste? Co děláte? Proč bych si vás měl “koupit”?
  - c) Popis služby - co nabízíte? Jaké konkrétní služby?  
Kolik stojí?
  - d) Blog - Jaké články byste napsali pro podporu prodeje? 5 témat (nadpisů)
4. Jak byste na web přiváděli zákazníky? Aspoň 3 marketingové kanály



# ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Analýza webu pomocí GA“

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Co vám řekne míra okamžitého opuštění?
2. Jak zjistíte, že je web dobře průchozí?
3. Co vám řekne čas strávený na stránce?
4. Podle čeho byste hodnotili nejefektivnější kanál?
5. Jak vyberete nejlepší skupiny zákazníků?
6. Vyberte si libovolný web a najděte 10 věcí, které byste zlepšili

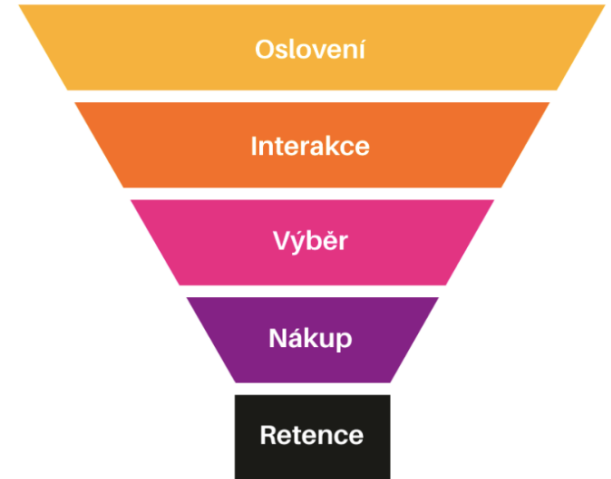


# ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Akvizice zákazníka online“



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

1. Vyberte si e-shop
2. Pro jednotlivé fáze napište, jaký kanál, cílení a obsah použijete a jak budete měřit výsledky – stačí vždy jeden kanál
3. Oslovení - jak budete cílit – demografie, zájmy, témata
4. Interakce - na jaké vyhledávací výrazy budete cílit?
5. Výběr - jaké informace o produktu budete komunikovat?
6. Nákup - jakými výhodami motivujete zákazníky?
7. Retence - co bude v newsletteru?
8. Zkuste odhadnout rozpočet pro jednotlivé fáze?
9. Obsah reklam můžete nakreslit na papír





# ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Mobilní marketing“

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Najděte a popište využití mobilního marketingu na konkrétním příkladu firmy.

Vysvětlete, jak to mohou využít malé firmy v ČR.

Najděte a popište využití e-mailingu na konkrétním příkladu firmy.

Vysvětlete, jak to mohou využít malé firmy v ČR.

---

**Děkuji za  
pozornost  
a přeji pěkný  
den**

