

# Tvorba online kampaně.

Kampaň! 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.**

**Ing. Daniel Kvičala**

E-marketing



- **1 Co je to kampaň – struktura, účely, nástroje.**
  - **2 KPI.**
  - **3 Příklad kampaně – MotoZem.**
-

# 1 Co to je kampaň?

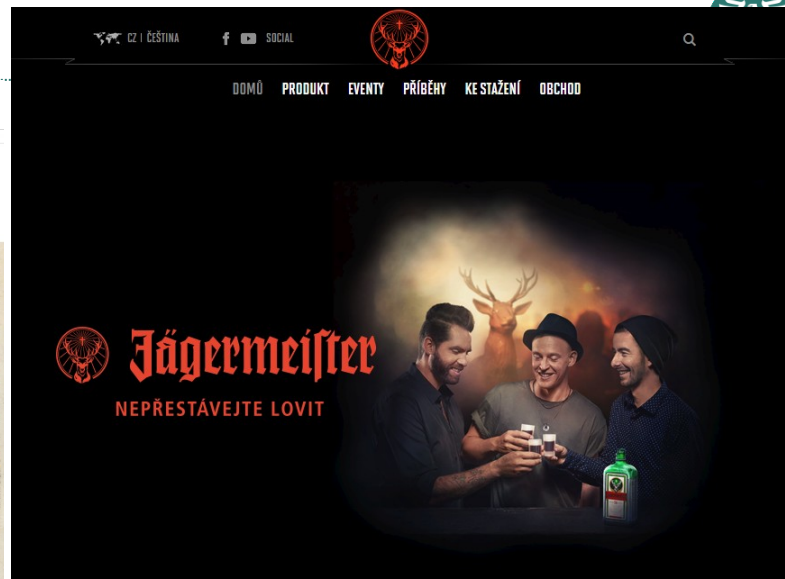
---



- **Komunikační aktivita** za účelem splnění cíle (např. zvýšení tržeb, uvedení výrobku na trh, zvýšení počtu věrných zákazníků).
  - **Předání zprávy (sdělení) zákazníkům** pomocí obsahu na vybraných kanálech (Facebook, Google, E-mailing, případně kombinace více kanálů).
  - Může se vztahovat k příležitosti - Vánoce, Halloween, Black Friday.
-

# Integrovaná marketingová komunikace

- **IMC – offline i online, integrace, synergie, vidím všude.**



8/11/2017 – 20.00  
Areál Pivovaru Braník  
ENTRY 56 CZK + WELCOME DRINK



# Příklad kampaně



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**kofola**  
**LÁSKYPLNÝ  
PÁTEČEK**

**KDYŽ  
JI MILUJEŠ,  
NENÍ CO  
ŘEŠIT**

**WWW.LASKYPLNY  
PATECEK.CZ**

The advertisement features a young couple in a romantic embrace. The man is holding a large mug of Kofola beer with the brand's logo. The background is a warm, orange-brown color with the slogan 'KDYŽ JI MILUJEŠ, NENÍ CO ŘEŠIT' written in a mix of white and brown fonts. A white, torn-paper-style graphic in the top left corner contains the product name 'kofola LÁSKYPLNÝ PÁTEČEK'. The website 'WWW.LASKYPLNY PATECEK.CZ' is printed in the bottom right corner.

# Důležitý checklist a postup procesu

---



- **Marketingové strategie**
    - Mám vyřešeno co, komu a proč prodávám.
  - **Komunikační strategie**
    - Vím, co chci říct a jakou očekávám reakci.
  - **Kreativní strategie**
    - Vím, jak upoutám pozornost a tím snížím náklady.
  - **Mediální plánování**
    - Vím, kde mu to budu říkat a jak dlouho.
-

- Uvedení nového produktu na trh
  - Uvedení nové značky na trh
  - Podpora prodeje
  - Rozšiřování povědomí o stávající značce
  - Vytváření asociací se stávající značkou - červená židle = XXXLutz
  - Repositioning
  - Rebranding
-

- Cíle – vyplývá z: celková strategie – komunikační strategie – celkové nastavení všech dalších kampaní.
  - Cílové skupiny – opět ze strategií, máme data – viz předchozí přednášky.
  - Analýzy, rozpočtová omezení, čas, média, tonalita, archetypy atd.
  - Volba vhodných médií ve vztahu k výše řešenému – tady volíme jednotlivé online nástroje a jejich kombinaci pro co nejvyšší efekt.
  - Implementace, kde kdo co měří a za co je zodpovědný.
  - Neustálé vyhodnocování a úpravy.
-



# Základní pilíře kampaně 5M

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Mission** – Cíl. Cílovky.
  - **Money** – Rozpočet (např. podle ŽC, podílu, konkurenci, frekvenci).
  - **Message** – Zpráva. Kreativita (info/emoce). Fáze STDC?
  - **Media** – Média – která podle cílovky, cíle, zprávy, STDC.
  - **Measurement** – Měření. KPI (CTR, CPC, CPM, dosah, bounce rate, views apod.).
-

# Rebranding



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Old



New

Before



After



- 1) **Web** - zkontrolovat dokončení nákupu, sledovací kódy (Facebook pixel, Google Ads a Sklik remarketing, Google Analytics)
  - 2) **Google Analytics** - zkontrolovat sběr dat
  - 3) **Facebook a Instagram** - vytvoření stránky a reklamního účtu, doplnění informací, nastavení Facebook pixelu, tvorba publik
  - 4) **Google Ads, Sklik** - vytvoření účtů, kódů a publik jako u FB / IG
  - 5) **Kontrola konkurence** - FB kampaně
  - 6) **Obsah** - foto, video, bannery, články
  - 7) **Emailing** - tematické newslettery, možnost segmentace, automatizace (český nástroj Ecomail - dobrá zkušenost)
-

## 2 KPI

---



- Klíčové ukazatele výkonnosti KPI jsou indikátory, ukazatele či metriky výkonnosti přiřazené procesu, službě, organizačnímu útvaru, celé organizaci, které vyjadřují požadovanou výkonnost (kvalitu, efektivnost nebo hospodárnost)
  - KPI je tedy jednoduše metrika, která se váže na cíl.
  - Příklad:
    - Cíl je prodej 10 000ks aplikace za měsíc
    - V polovině měsíce je prodáno 3500ks
    - KPI je plněno na 35%
    - Co nám tato situace indikuje pro marketingové řízení?
-

- **CTR**
  - Click through rate.
  - Míra proklikovosti, je základní metrika pro měření úspěšnosti online reklamy.
  - Výpočet bere do úvahy počet zobrazení a počet kliknutí:
    - $CTR = (\text{číslo kliků} / \text{číslo zobrazení}) * 100$
    - $CTR = (100/10000) * 100 = 1 \%$
-



- **CPC**
  - Costs per click.
  - Náklady na kliknutí.
  - Výpočet bere do úvahy smluvenou sumu za proklik a počet kliknutí:
    - $\text{CPC} = \text{Cost to an Advertiser} / \text{počet kliků}$ .
    - Cost to an Advertiser:  $2 \text{ €} * 1\,000 = 2\,000$ .
    - Objednatel musí zaplatit 2 000 €.
-

- **CPM**
  - Costs per mile.
  - Náklady na zobrazení tisícovce lidí.
  - Výpočet bere do úvahy smluvenou sumu za tisících zobrazení a počet zobrazení:
    - $CPM = \text{Cost to an Advertiser} * 1\ 000 / \text{Počet zobrazení}$ .
    - $\text{Cost to an Advertiser} = 5\ \text{€} * (200\ 000 / 1\ 000) = 1\ 000$ .
    - Objednatel musí zaplatit 1 000 €.
-

- **ENGAGEMENT** - Angažovanost spotřebitele s obsahem na sociálních sítích.
  - Nominální počet lajků, komentářů, prokliků a sdílení, které následně zvyšují dosah (REACH) obsahu.
  - **REACH** - Kolik lidí obsah „vidělo“ ve svém newsfeedu.
  - Dělíme na organický a na placený.
  - **BOUNCE RATE** - Míra okamžitého opuštění.
  - Okamžité opuštění je návštěva jedné stránky na vašem webu. Ve službě Analytics se okamžité opuštění počítá jako návštěva, která iniciuje pouze jeden požadavek na server Analytics, například když uživatel otevře jedinou stránku na vašem webu a poté z ní odejde, aniž by při této návštěvě vyvolal jakýkoli další požadavek na server Analytics.
-



# Nejčastěji používané KPI

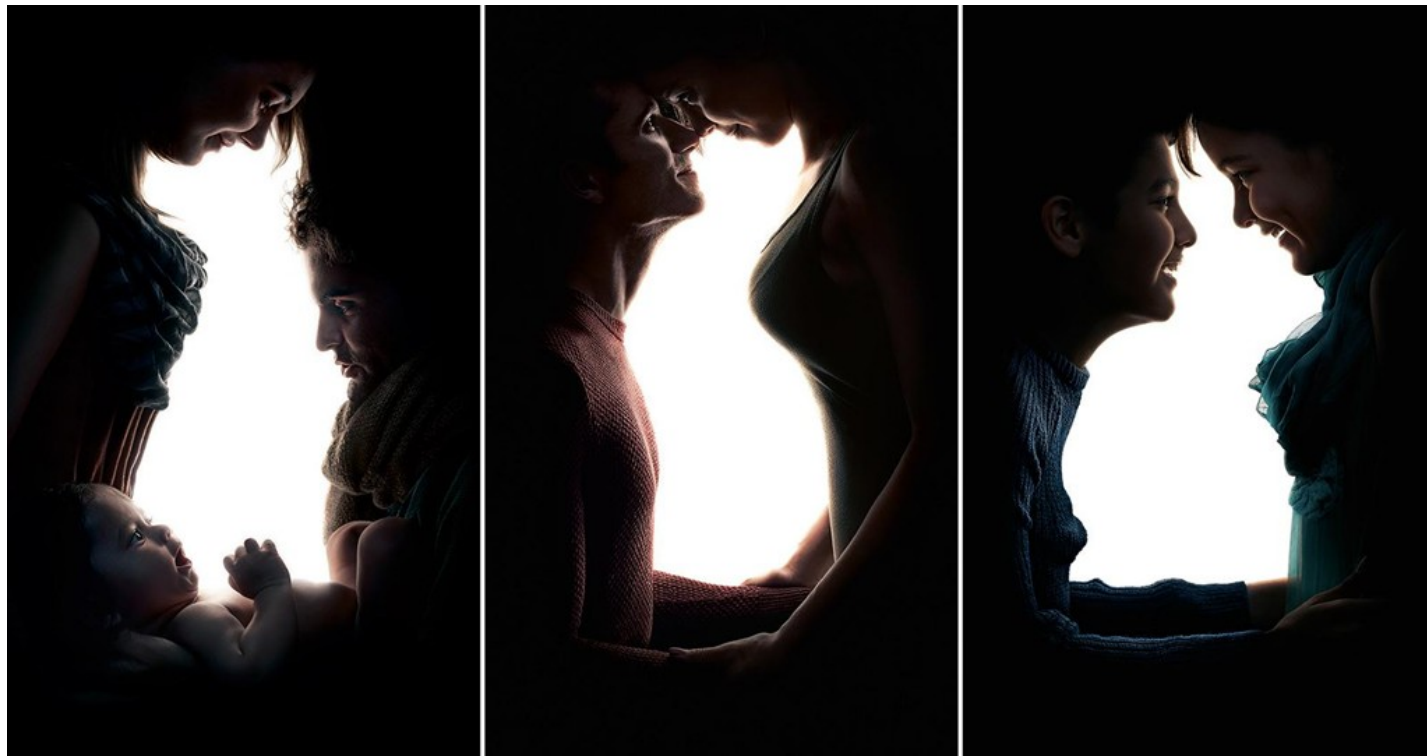
---



- **VIEWS**
  - Počet shlédnutí.
  - Počet lidí, kteří shlédli video bez rozlišení délky shlédnutí.
  - **AVERAGE VIEW DURATION**
  - Průměrný čas shlédnutí identifikuje kolik v průměru bylo z videa shlédnuto.
  - **AUDIENCE RETENTION**
  - Průměrná procentuální délka videa, kterou uživatelé shlédli.
-

- Velmi často měříme celkové ROI kampaně – má to ale svá úskalí!
  - Pokud se jedná o eshop s komunikací jen v onlinu, je to velmi jednoduché:
    - $ROI = ((\text{čistý zisk z kampaně} - \text{náklady na kampaň}) / \text{náklady na kampaň}) * 100$
    - Příklad:  $ROI = ((70\ 000 - 50\ 000) / 50\ 000) * 100 = 40\%$
  - Problémy
    - Kdy měřit – řada komunikačních aktivit má určitou setrvačnost – prodeje se neprojeví hned.
    - Atribuce – působila na něj jen kampaň? Kolik zdrojů informací dnes člověk využije před nákupem?
    - Makroekonomické a další celospolečenské vlivy (1. přednáška)
-

- [Článek](#) o top kampaních.



- Do vyhledávače zadáte název firmy nebo klíčové slovo a ukáží se vám všechny aktivní reklamy.

Meta

Česká rep... Všechny reklamy moonchocolate

Knihovna reklam Reporty Knihovny reklam Ad Library API

Česká rep... Všechny reklamy moonchocolate

Spustěno: prosinec 2022

Filtery

**Aktivní**

Běží od 6. 12. 2022

Platformy


ID: 541946567794525

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Ruční výroba, kvalita surovin a láska k povítké čokoládě se vyplácí

Produkty MoonChocolate získaly ocenění na několika soutěžích a to je důkaz, že se jedná o hvězdnou dobrou čokoládu.



MOONCHOCOLATE.EU  
Vesmírná čokoláda | MoonChocolate  
Vesmírná dobrá čokoláda. Bean to bar jsme rodinná, ryze česká čokoládovna. Při tvorbě čokolády vycházíme zásadn...

Koupit

**Aktivní**

Běží od 5. 12. 2022

Platformy


ID: 1064542654946851

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Vydejte se s námi na vesmírnou výpravu za povítkou, kvalitně zpracovanou čokoládou, od české rodinné čokoládovny MoonChocolate.

Stačí jedno sousto a hned vám bude jasné, o co jste celou tu dobu přicházeli.



Ty nejkvalitnější suroviny

MOONCHOCOLATE Shop Now

**Aktivní**

Běží od 1. 12. 2022


Platformy

ID: 472129128165642

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Ochutnejte unikátní čokoládové měsíční kameny. Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít.



Čokoláda z mléčné dráhy

MOONCHOCOLATE.EU  
Měsíční kameny | MoonChocolate  
Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít. 42% obsahu kakaa původem z Vietnamu. MĚSÍČNÍ...

Koupit

**Aktivní**

Běží od 5. 12. 2022

Platformy


ID: 1302707016963003

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Jsmo česká rodinná čokoládovna, která se pyšní těmi nejkvalitnějšími produkty s lahodnou chutí.

Tak ochutnejte kousek vesmíru s ručně vyráběnou čokoládou MoonChocolate!



Česká rodinná čokoládovna

MOONCHOCOLATE.EU  
Vesmírná čokoláda | MoonChocolate  
Vesmírná dobrá čokoláda. Bean to bar jsme rodinná, ryze česká čokoládovna. Při tvorbě čokolády vycházíme zásadn...

Koupit

- Časový rozvrh, v němž budou odvysílány televizní či rozhlasové spoty, otištěna inzerce a vyvěšena venkovní či online reklama, spolu s podrobným rozpisem jednotlivých médií a formátů, uvedením ukazatelů očekávaného reklamního zásahu.

Čas	1	2	3	4	5
Mediatyp 1					
Mediatyp 2					
Mediatyp 3					
Mediatyp 4					

# Cíle online kampaně pohledem čísel

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Prodej** - Počet nákupů / objem tržeb, Počet zákazníků - celkově, nových, opakujících (retence).
  - **Web** - Počet návštěvníků, návštěv, doba na webu, počet stránek na návštěvu, míra okamžitého opuštění.
  - **Povědomí** - počet oslovených lidí, objem zobrazení reklamy.
  - **Interakce** - počet reakcí, komentářů, sdílení.
  - **Hodnocení** - počet referencí, úroveň hodnocení.
-

- V Google Analytics zjistíme informace o návštěvnosti webu, chování zákazníků a prodeji e-shopu. V případě, že firma nemá e-shop řešíme jen první 2 sekce.

Acquisition			Behaviour			Conversions		
Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	E-commerce Conversion Rate	Transactions	Revenue
22,058 % of Total: 100.00% (22,058)	15,589 % of Total: 100.08% (15,576)	36,063 % of Total: 100.00% (36,063)	52.44% Avg for View: 52.44% (0.00%)	5.07 Avg for View: 5.07 (0.00%)	00:02:59 Avg for View: 00:02:59 (0.00%)	2.05% Avg for View: 2.05% (0.00%)	739 % of Total: 100.00% (739)	CZK 1,791,104.00 % of Total: 100.00% (CZK 1,791,104.00)

### 3 Příklad kampaně - MotoZem - Strategie

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Marketingová - Co?, Komu?, Proč?
    - Oblečení a doplňky na motorku
    - Lidé se zájmem o motorky - široké publikum
    - x milionů Kč tržeb, podíl nákladů na obratu do 15 % (na 1 mil. tržeb max 150 tis. Kč nákladů)
  - Komunikační - Sdělení komunikace
    - Ráj pro motorkáře - široký výběr, pomoc s nákupem, servis
  - Kreativní - Stunta Kalus
    - Santa Claus - Marek Kalus stunt rider - video na FB MotoZem
    - Doplňující vánoční obsah
  - Mediální - FB/IG, PPC, Mailing, blog, 1.11. - 20. 12., rozpočet cca okolo 1 mil. Kč (práce + reklamní kredit)
-



## Příklad kampaně - MotoZem - obsah

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Stunt video na prodejně - zábava, potenciál pro sdílení.
  - Blogový článek s tipy na dárky.
  - Mikulášská akce doprava zdarma - podpora prodeje.
  - MotoZem pomáhá - dobročinná akce - emoce, vnímání značky.
  - Tipy na dárky - stránka na e-shopu - usnadnění výběru.
  - Konkrétní tipy jako obsah pro reklamy.
  - Garance vrácení - podpora pro nerozhodné zákazníky.
-

# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



**MotoZem**

18. 11. 2022 at 17:11 · 🌐

Marek Kalus StuntRiding u nás nastartoval vánoční atmosféru a my jsme připraveni plnit vaše motorkářská přání. 😎

Už máte hotový dopis Ježíškovi? Napište nám, co byste chtěli pod stromeček a třeba se vám přání splní. 📦

A pokud ještě váháte, mrkněte na naše tipy na dárky:

CZ: [bit.ly/CZ\\_TIPY](https://bit.ly/CZ_TIPY)

SK: [bit.ly/SK\\_TIPY](https://bit.ly/SK_TIPY)



**MotoZem**

24. 11. 2022 at 16:00 · 🌐

Netrefili jste velikost, nebo by si vaše drahá polovička snad přála jinou barvu? Žádný problém! 😊

Zboží zakoupené od 1. 11. můžete bez problému vrátit až do 31. 1. 2023, takže času až až! 📦



# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



**MotoZem**

8. 12. 2022 at 15:00 · 🌐

Letos je ten rok, kdy konečně můžete vyřešit dárky s předstihem a my vám k tomu pomůžeme! 😎

Máme pro vás výběr nejoblíbenějších produktů, které motorkáři kupují po stromeček, tak se mrkněte. 📺



Tipy na dárky



Tipy na dárky



**MotoZem**

Today at 16:18 · 🌐

Nelamte si hlavu s vybíráním dárků, beztak každý motorkář nejlépe ví, co potřebuje. 😎

V MotoZemi najdete dárkové poukazy v hodnotě od 500 Kč. 👍



# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**MOTOZEM**

zedix



Můj účet ▾



0



1

14 990 Kč



 **OBLEČENÍ**

 **PŘÍSLUŠENSTVÍ**

 **DÍLY**

 **VÁNOČNÍ DÁRKY**

**VÁNOČNÍ TIPY  
NA DÁRKY, KTERÉ  
UDĚLAJÍ RADOST**

PROHLÉDNOUT



# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



MotoZem

2. 12. 2022 at 13:10 · 🌐

MIKULÁŠSKÁ DOPRAVA ZDARMA! 📦

Do MotoZemě právě dorazila Mikulášská nadílka!

A protože jste byli celý rok hodní, poctivě sbírali naježděné kilometry a zážitky v sedle, vysloužili jste si od nás dopravu zdarma! 😊

Akce platí od 2. 12. do 6. 12. 2022, tak spěchejte na e-shop, dokoupit poslední dárky! 🛒 [www.motozem.cz](http://www.motozem.cz)



MotoZem

6. 12. 2022 at 15:00 · 🌐

Letos žádné nechtěné dárky, co vy na to? 📦

Pokud máte v merku novou helmu, nebo by to už chtělo pořídit neošoupané moto boty, dejte svým blízkým vědět pomocí seznamu přání pro Ježíška. 😊

Na našem e-shopu [www.motozem.cz](http://www.motozem.cz) si naházejte do košíku vše, co byste si pod stromečkem přáli rozbalit, klikněte na ikonu dárečku s názvem Poslat Ježíškovi, vyplíte formulář a pak už zbývá jen se těšit. 🎄

Více informací se dozvíte v článku na webu: [www.motozem.cz/vanocni-prani/](http://www.motozem.cz/vanocni-prani/)



MotoZem

1. 12. 2022 at 20:00 · 🌐

MOTOZEM POMÁHÁ 🙏

Tradičně bychom kouzelné, předvánoční období chtěli využít pro dobročinnou akci, kterou MotoZem hrdě pořádá. 🎄

Jako každý rok, bychom rádi vybrali 5 nelehkých životních příběhů, které naše pobočky finančně podpoří celkovou částkou 75 000 korun, což činí 15 000 korun na konkrétní příběh. 📦

Pokud víte o někom, kdo by si finanční pomoc opravdu zasloužil, nebo jste se sami ocitli v nepříznivé situaci, popište nám příběh tady do zpráv. ❤️

Vaše příběhy nám můžete zasílat do 9. 12. 2022. Více informací se dozvíte v našem článku na webu: [www.motozem.cz/motozem-pomaha/](http://www.motozem.cz/motozem-pomaha/)



# Příklad kampaně - MotoZem - výsledky

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **1. 11. - 11. 12.**
  - 2 800 transakcí, PNO x %.
  - 95 000 návštěvníků, 200 000 návštěv.
  - Dosah 400 000 lidí, 8 mil. zobrazení reklamy.
  - Celkem cca 200 reklam na sociálních sítích a PPC platformách.
-

# Konec prezentace

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Děkuji za pozornost 😊**

---

# Úkol na seminář

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Najděte online kampaň své oblíbené firmy a popište (cíl, cílové skupiny, jaký obsah, v jakých kanálech, proč?).
-