

Marketingová komunikace

9. seminář



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Daniel Kvíčala, Ph.D.



- Proces předávání informací o produktu nebo značce cílovému publiku.
 - Cíl: Povědomí, akvizice zákazníků, budování vztahu
-

Cíle

- **Povědomí:** Informovat zákazníky o existenci produktu či značky.
- **Přesvědčování:** Ovlivnit postoj nebo chování cílového publika.
- **Zapamatovatelnost:** Upevnit značku v myslích zákazníků.
- **Podpora prodeje:** Motivovat zákazníky k okamžité akci.





- **Reklama:** Placená forma propagace (televize, internet, tisk).
 - **Public relations (PR):** Budování vztahů s veřejností (tiskové zprávy, eventy).
 - **Sales promotion (podpora prodeje):** Slevy, kupóny, akce.
 - **Osobní prodej:** Přímá interakce se zákazníkem.
 - **Direct marketing:** E-maily, letáky, personalizovaná komunikace.
 - **Digitální marketing:** Sociální sítě, PPC kampaně, SEO.
-

- **Znalost cílové skupiny:** Kdo jsou vaši zákazníci, jaké mají potřeby, preference a problémy.
 - **Jasnost sdělení:** Jednoduché, srozumitelné a konzistentní poselství.
 - **Vhodný kanál:** Výběr správných médií a komunikačních platforem.
 - **Timing:** Správné načasování kampaně.
 - **Měření výsledků:** Analýza efektivity (ROI, konverzní poměry, povědomí o značce).
-

Úkol – poslat na e-mail – Předmět: Úkol - marketing



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Zadání:**
 - Představte si, že jste marketingový tým pro mladou firmu, která právě uvedla na trh nový produkt – "**EcoWatch**", což jsou ekologické hodinky, které dokáží poznat, jestli je produkt vyrobeny šetrně k přírodě.
 - Vaším úkolem je připravit návrh marketingové komunikace, která bude efektivně oslovovat cílovou skupinu a zvýší povědomí o produktu.
-

Úkol – poslat na e-mail – Předmět: Úkol - marketing



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Úkol se skládá z následujících kroků:

- 1. Definujte cílovou skupinu:** Popište, kdo jsou potenciální zákazníci produktu EcoWatch. Zaměřte se na jejich demografii (věk, pohlaví, příjem) a psychografii (zájmy, hodnoty, životní styl).
- 2. Stanovte sdělení komunikace:** Jaké je hlavní sdělení, které chcete zákazníkům předat? Zamyslete se nad hodnotami, které produkt přináší (ekologický přínos, kontrola, zodpovědnost).
- 3. Vyberte komunikační kanály:** Navrhněte alespoň 3 různé kanály, pomocí kterých budete cílovou skupinu oslovovat (např. sociální sítě, billboardy, influencers). U každého kanálu krátce zdůvodněte, proč je vhodný.
- 4. Navrhněte jeden konkrétní obsah:** Vytvořte návrh obsahu pro jeden z vybraných komunikačních kanálů. Například napište příspěvek na Instagram, návrh textu pro billboard nebo popis scénáře krátkého videa.

Termín do 17. 12.

Práce ve skupinách

2 body



ITS OVER

ITS FINALLY OVER