

Obsah

Seznam zkratk	9
Úvod	11
1 Internet	13
1.1 Vývoj počtu uživatelů internetu	14
1.2 Marketing	17
1.3 Online marketing	18
1.3.1 Výhody online marketingu	21
1.3.2 Nevýhody online marketingu	23
2 Marketingová strategie	27
2.1 Sběr informací	28
2.2 Analýza dat	30
2.3 Stanovení cílů	31
2.4 Segmentace	33
2.5 Marketingové strategie	35
2.5.1 Soutěživé strategie	35
2.5.2 Strategie budování hodnoty značky	37
2.5.3 Strategie budování loajality zákazníků	42
2.5.4 Strategie zaměřená na prodej pomocí modelu AIDA	44
2.5.5 Strategie zaměřená na prodej pomocí modelu Foot-Cone-Belding	45
2.5.6 Strategie zaměřená na prodej pomocí modelu See Think Do Care	47
2.6 Implementace strategie, kontrola a zpětná vazba	52
3 Webové stránky	55
3.1 Fáze vývoje webových stránek	57
3.2 Zvyšování důvěryhodnosti webových stránek	61
3.3 Základní chyby při tvorbě webových stránek	63
3.4 Uživatelské rozhraní a uživatelská zkušenost	64
3.5 Copywriting	65
3.5.1 Příklady dobrého vytváření obsahu	67
3.5.2 Příklady špatného vytváření obsahu	69
3.6 SEM	69
3.7 SEO	70
3.7.1 Provedení SEO	72
3.7.2 Zdroje dat použitelných pro SEO	75

4	Nástroje online marketingové komunikace	79
4.1	Online podpora prodeje	81
4.1.1	Cross-selling	82
4.1.2	Up-selling	82
4.1.3	Affiliate marketing	84
4.1.4	Advergaming	86
4.2	Online public relations	89
4.2.1	Tiskové zprávy	90
4.2.2	Online tiskové konference	92
4.2.3	Virtuální časopisy	92
4.2.4	Diskuzní fóra a Q&A portály	93
4.2.5	Podcasting a vodcasting	93
4.2.6	Články na webu nebo blogu	94
4.3	Online přímý marketing	96
4.3.1	E-mail marketing	97
4.3.2	Online chat	101
5	Online vyhledávače a jejich typy reklam	107
5.1	Seznam	109
5.2	Google	110
5.3	Typy reklamních formátů	111
5.3.1	Textová reklama ve vyhledávání	111
5.3.2	Shopping kampaně	112
5.3.3	Google maps	113
5.3.4	Google nákupy	114
5.3.5	Ostatní vizuální formáty placených reklam	114
6	Online reklama	119
6.1	PPC reklamní systémy	124
6.1.1	Google Ads	125
6.1.2	Sklik	125
6.2	Obecné zásady nastavení PPC reklam	126
6.2.1	Struktura PPC účtu	126
6.2.2	Cena za proklik	127
6.2.3	Skóre kvality	129
6.2.4	Metriky	131
6.3	Textové reklamy ve vyhledávači	131
6.4	Dynamické reklamy ve vyhledávači	135
6.5	Shopping kampaně	136
6.6	Reklama v obsahové síti	138
6.7	Remarketing	139
7	E-shop	143
7.1	Zákazníci e-shopů a jejich nákupní zvyklosti	144
7.2	Co promyslet před založením internetového obchodu	145
7.3	Technické řešení e-shopu	148
7.4	Copywriting e-shopu	149

7.5	Prvky, které by měl e-shop obsahovat	150
7.6	Největší chyby e-shopů	153
8	Srovnávače cen	157
8.1	Heureka	159
8.1.1	Nabídka nástrojů pro e-shopy i výrobce	160
9	Webová analytika	165
9.1	Google analytics	167
9.1.1	Pozitiva a nedostatky Google analytics verze 3 a 4	167
9.1.2	Postup založení Google analytics	168
9.1.3	Základní nastavení účtu	169
9.2	Práce s Google analytics	171
9.2.1	Levý vyjíždějící panel v GA4	173
9.3	Nejdůležitější metriky	174
9.3.1	Nejdůležitější metriky v GA3	174
9.3.2	Nejdůležitější metriky v GA4	176
9.4	Tagování reklamních kampaní	177
9.5	Postup analýzy pomocí Google Analytics	178
10	Marketing na sociálních médiích	181
10.1	Dělení sociálních médií	182
10.2	Sociální sítě	184
10.3	Marketingová komunikace na sociálních sítích	185
10.3.1	Výhody marketingové komunikace na sociálních sítích	186
10.3.2	Nevýhody marketingové komunikace na sociálních sítích	187
10.4	Marketingové strategie na sociálních sítích	188
10.4.1	Strategie pomocí vlastních profilů	188
10.4.2	Strategie pomocí dalších subjektů	189
10.5	Komunikační mix na sociálních sítích	191
10.5.1	Klasické nástroje komunikačního mixu	191
10.5.2	Virální marketing	194
10.5.3	Guerilla marketing	195
10.5.4	Word of Mouth marketing	197
11	Facebook	201
11.1	Počet uživatelů	202
11.2	Typy uživatelů	203
11.3	Postup zavedení marketingové komunikace na Facebooku	204
11.3.1	Stanovení cílů marketingové komunikace	204
11.3.2	Analýza požadavků zákazníků a průzkum optimálních postupů	205
11.3.3	Vytvoření firemní stránky	205
11.3.4	Stanovení zásad pro vydávání obsahu	207
11.3.5	Vybrání vhodných formátů příspěvků	208
11.3.6	Tvorba kvalitního a aktuálního obsahu	209
11.3.7	Další metody získávání nových fanoušků a vylepšování stránky	209
11.4	Možnosti šíření příspěvků	210

11.4.1	Organický dosah	211
11.4.2	Placená reklama	215
11.5	Metriky	218
11.6	Lojalita na Facebooku	218
12	Instagram	221
12.1	Engagement rate	222
12.2	Typy profilů	223
12.2.1	Firemní profil	224
12.3	Typy příspěvků	225
12.3.1	Instagram video	226
12.3.2	Reels	227
12.3.3	Stories	227
12.4	Instagram Shopping	228
12.5	Placená reklama	229
12.6	Metriky	230
13	YouTube	233
13.1	Firemní kanál	235
13.2	Postup vytvoření placených reklam	236
14	TikTok	245
14.1	TikTok algoritmus	247
14.2	Marketingová komunikace na TikToku	248
14.2.1	Postup vytváření marketingové komunikační strategie	248
14.2.2	Placená reklama na TikToku	251
15	Influenceri	255
15.1	Influencer marketing	257
15.1.1	Youtuberi	260
15.1.2	Tiktokeri	262
15.1.3	Instagrameři	262
Seznam literatury		265
O autorce		281