

# Obsah

<b>Seznam zkratk</b> .....	<b>9</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Internet</b> .....	<b>13</b>
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
<b>2 Marketingová strategie</b> .....	<b>27</b>
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
<b>3 Webové stránky</b> .....	<b>55</b>
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

<b>4</b>	<b>Nástroje online marketingové komunikace</b>	<b>79</b>
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
<b>5</b>	<b>Online vyhledávače a jejich typy reklam</b>	<b>107</b>
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
<b>6</b>	<b>Online reklama</b>	<b>119</b>
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
<b>7</b>	<b>E-shop</b>	<b>143</b>
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
<b>8</b>	<b>Srovnávače cen .....</b>	<b>157</b>
8.1	Heureka .....	159
8.1.1	Nabídka nástrojů pro e-shopy i výrobce .....	160
<b>9</b>	<b>Webová analytika .....</b>	<b>165</b>
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
<b>10</b>	<b>Marketing na sociálních médiích .....</b>	<b>181</b>
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
<b>11</b>	<b>Facebook .....</b>	<b>201</b>
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	Loajalita na Facebooku .....	218
<b>12</b>	<b>Instagram .....</b>	<b>221</b>
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
<b>13</b>	<b>YouTube .....</b>	<b>233</b>
13.1	Firemní kanál .....	235
13.2	Postup vytvoření placených reklam .....	236
<b>14</b>	<b>TikTok .....</b>	<b>245</b>
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
<b>15</b>	<b>Influenceri .....</b>	<b>255</b>
15.1	Influencer marketing .....	257
15.1.1	Youtubeři .....	260
15.1.2	Tiktokeri .....	262
15.1.3	Instagrameři .....	262
	<b>Seznam literatury .....</b>	<b>265</b>
	<b>O autorce .....</b>	<b>281</b>