

**Cíl:** navrhnout strategii zprostředkování prodeje mezi obchodem a klientem za využití platformy sociální sítě Instagram.

Strategie se ukáže jak vydělávat na zprostředkování prodeje mezi obchodem a klientem na bázi platformy Instagram a bude obsahovat:

- postup vývoje vlastního profilu zprostředkovatele (ZP) na Instagramu,
- návrh komunikačních nástrojů, podporujících zprostředkování prodeje produktů vybraného dodavatele,
- rozpočet.

**Postup k dosažení cíle** obsahuje následující kroky:

- Prozkoumat a porovnat nabídky partnerských programů dodavatelů, zvolit si nejvýhodnější pro zprostředkovatele programy. Zvolený obor je cestování, především zájezdy CK a CA.
- Vytvořit strategii vývoje vlastního profilu ZP na Instagramu, včetně návrhu komunikačních nástrojů, sestavení harmonogramu publikací a plánu obsahu.
- Prozkoumat prostředí a konkurenční profily dalších zprostředkovatelů prodeje obdobných produktů na Instagramu.
- Navrhnout komunikační plán, zaměřený na podporu zprostředkování prodeje produktů vybraného dodavatele.
- Vytvořit odhad nákladů a výnosů z realizace strategie, ohodnotit výnosnost strategie.

### **Struktura práce**

Práce se skládá ze tří hlavních částí. V první teoretické části je důležitá kapitola, objasňující rozdíl mezi prodejem a zprostředkováním, konkrétně o možnostech prodeje a zprostředkování obchodu na Instagram – přeposílání objednávek, affiliate (partnerské) programy, dropshipping.

### **Vlastní práce**

1. Na začátku jsou provedeny analýzy, které vytváří základ pro návrh strategie zprostředkování mezi obchodem a klientem na bázi Instagram. Zprvce jsou vyhledávány a porovnávány affiliate (partnerské) programy prodejců vybraného typu služeb na českém trhu (služby cestovního ruchu (CR) – zejména prodej zájezdů, ubytování, letenek). Tabulka zde zobrazuje přehled vybraných programů. Pak byly vybrány několik programů, do kterých je výhodně zapojit se.
2. Zadruhé je zanalyzována stávající konkurence – jsou prozkoumány subjekty, působící na Instagram a již zajišťující zprostředkování služeb CR na globálním a na českém trhu, zejména dalších účastníků vybraných affiliate programů. Jsou prozkoumány další profily na Instagram, které mohou posloužit jako inspirace. Jsou vymezeny přednosti a nedostatky těchto profilů, užitečné nástroje a přístupy k propagaci. Zatřetí je vytvořen plán komunikačních nástrojů, včetně harmonogramu a rozpočtu, zaměřeného na podporu vlastní zprostředkovatelské činnosti na Instagram a zapojení do vybraných affiliate programů prodejců služeb CR.

