

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Teze k diplomové práci

**SEO pro maximalizaci zisku konkrétního
internetového obchodu**

Jana Hrdinová

© 2015 ČZU v Praze

SEO pro maximalizaci zisku konkrétního internetového obchodu

Souhrn

Obsah této diplomové práce je tematicky zaměřen na hlavní způsoby a principy optimalizace webových stránek internetového obchodu www.rc66.cz. Ta je prováděna z důvodu dosažení vyšších pozic ve výsledcích vyhledávání, vyšší návštěvnosti, což by mělo vést ke zvyšování konverzního poměru. V teoretické části jsou charakterizovány ekonomické pojmy úzce související s tímto tématem. Jde hlavně o mikroekonomické pojmy, mezi které lze zařadit nabídku, poptávku a determinanty, které na ně působí. Dále jsou také objasněny příjmy a náklady ovlivňující zisk. Jsou zde zmíněny typy tržních struktur a důraz je kladen na monopolistickou konkurenci, v níž se daný internetový obchod nachází. Poslední část teoretických poznatků je orientována na samotné SEO, postupy této metody a internetové vyhledávače a katalogy. Praktická část je věnována situaci, ve které se internetový obchod vyskytuje, počínaje analýzou trhu a konkurence, přes popis internetového obchodu, až po detailní popis realizace optimalizace pro vyhledávače. Následně je sledována výkonnost SEO metody a vývoj obchodu, ke kterému tato metoda přispívá. Závěr práce je věnován celkovému posouzení dosažených výsledků.

Klíčová slova: Google, internetový obchod, náklady, optimalizace, SEO, Seznam, tržby, vyhledávače, zisk

Cíl práce a metodika

Cílem teoretické části práce je vymezit ekonomické pojmy související s tématem diplomové práce a analyzovat správné zásady optimalizace webových stránek.

Nejpodstatnějším cílem je stanovit ekonomickou návratnost SEO aplikovaného na internetový obchod www.rc66.cz. Internetovými vyhledávači, se kterými se bude pracovat, budou především Google a také Seznam. Úpravy webových stránek budou podléhat určitým pravidlům a povoleným praktikám.

Literární rešerše je postavena na analýze odborné literatury a internetových zdrojů, které jsou uvedeny v závěru práce. Prostudováním nejrůznějších literárních pramenů vzniká teoretický základ práce. Dojde zde k seznámení s metodou SEO, která je součástí e-marketingového mixu, díky níž dochází ke zlepšení viditelnosti internetových stránek ve výsledku vyhledávání. Děje se tak prostřednictvím souboru určitých aktivit a úprav. Prozkoumání jednotlivých aspektů optimalizace webových stránek a zjištění cílů optimalizace povede k praktické části této práce, kde se bude s těmito informacemi dále pracovat.

V rozhodující části práce bude provedena syntéza poznatků z teoretické části. Tyto znalosti budou dále aplikovány na skutečný projekt, kdy dojde k aplikaci optimalizačních metod na webové stránky konkrétního internetového obchodu www.rc66.cz. Prostřednictvím analytického nástroje Google Analytics bude prováděno měření, které přispěje ke zjištění doby návratnosti investic do reklamy, návštěvnosti apod. Stav bude dále vysvětlen, v práci bude přihlíženo i k ostatním vlivům, které mohou na návštěvnost působit, mezi ty lze zařadit například sezónnost prodeje. Náhledem do interních dokumentů a spoluprací s majitelem obchodu budou zjišťovány tržby a velikost zisku. Budou vyčísleny náklady na realizaci SEO a určen ekonomický přínos SEO.

V závěrečné části práce dojde k vyhodnocení výsledků a na základě těchto výsledků bude formulován závěr.

Závěr

Obsah této diplomové práce posloužil k vysvětlení a zmapování základních konceptů a pravidel stránek pro vyhledávače, známé pod zkratkou SEO (z anglického Search Engine Optimization). Teoretická část práce se věnovala definování ekonomických pojmů, ty hlavní představovaly základní mikroekonomické pojmy. Byl představen tržní mechanismus, jeho základní složky (nabídka a poptávka) a subjekty na něm působící, což představovalo jeden z dílčích cílů této práce. Hlavním cílem diplomové práce bylo určit ekonomickou efektivnost metody SEO, a tak se část teoretické části věnovala zisku, příjmům, nákladům a maximalizaci zisku, jelikož zisk představuje pomyslné vyjádření hlavního cíle veškerého podnikání a je vyjádřen prostřednictvím celkových příjmů a celkových nákladů firmy.

V úvodu praktické části je představen internetový obchod a dále je také popsáno tržní a konkurenční prostředí, které na obchod působí. Byly zde identifikovány určité faktory mající zásadní vliv na kupující na straně poptávky a na prodávající na straně nabídky. Bylo určeno, že vybraný obchod spadá do monopolistické konkurence. Internetový obchod tak může v krátkém období generovat zisk či ztrátu. V dlouhém období bude ale dosahovat nulového ekonomického zisku, protože co se týká internetových obchodů s RC modely, platí, že pokud generují firmy v krátkém období zisk, přilákají tak nové firmy či jedince, které budou chtít do tohoto odvětví vstoupit. To zapříčiní, že se v dlouhém období část zákazníků přesune k nové konkurenci, což způsobí nulový ekonomický zisk firem a naopak.

Celkové vyhodnocení působení optimalizace na umístění stránek ve vyhledávačích, návštěvnost stránek, míru konverze a tržby bylo provedeno v závěru praktické části práce. Návštěvnost, míra konverze a tržby byly porovnávány s předchozím obdobím. Ve všech případech byl zaznamenán nárůst oproti předešlému období, k čemuž mohla přispět samotná optimalizace stránek, ale také dlouhodobější působnost tohoto obchodu na trhu a zvyšující se povědomí o něm.

Hlavním cílem diplomové práce bylo určit ekonomickou efektivnost SEO metody daného obchodu. Došlo k úpravám webových stránek internetového obchodu www.rc66.cz vedoucích k vyšším příčkám ve vyhledávačích Google a Seznam. Náklady vynaložené na SEO spočívaly pouze v práci na optimalizaci stránek. Byl vyčíslen jednorázový náklad ve výši 32 160 Kč. Tržby za sledované období (srpen až říjen 2014) byly 201 470,80 Kč. Na jeden měsíc ve sledovaném období, tak připadá průměrně částka přibližně 67 156,93 Kč. Obchodní marže (průměrně 20%) ve sledovaném období v roce 2014 vychází celkově na 40 294,16 Kč. Při rozpočítání na jednotlivé měsíce marže vychází na 13 431,387 Kč. (v

předešlém období byla celková marže 21 925 Kč a na jednotlivé měsíce vyšla na 7 308, 33 Kč). Celkové tržby vzrostly oproti předešlému období (srpen až říjen 2013) z 109 825 Kč o 83,45%. Při měsíční marži 13 431,387 Kč je doba návratnosti vyčíslena přibližně na 2,394 měsíce. To znamená, že během tohoto časového úseku byly pokryty náklady na optimalizaci stránek obchodu www.rc66.cz pro vyhledávače.

Úprava stránek v tomto rozpětí a z toho plynoucí tržby by se měly podle předchozího vývoje zachovat přibližně dalších 9 měsíců, ale tato doba závisí především na tom, jak se budou měnit vyhledávací a hodnotící algoritmy, které nejsou veřejnosti známé. Po uplynutí této doby by mělo opět dojít k SEO podobného rozsahu. Po dobu výše uvedených 9 měsíců musí ale stále docházet k optimalizaci stránek po menších částech, protože SEO není jednorázová záležitost, jak plyne z teoretické části práce.

Seznam vybrané použité literatury

1. BRČÁK, J., SEKERKA, B., SVOBODA, R. *Mikroekonomie – teorie a praxe*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2013, 283 stran. ISBN: 978-80-7380-453-4.
2. DOMES, M. *SEO jednoduše*. 1. Vydání, Brno: Computer Press, a.s., 2011, 141 stran. ISBN: 978-80-251-3456-6.
3. JANOUC, V. *Internetový marketing: prosadte se na webu a sociálních sítích*. 1. vydání. Brno: Computer Press, a.s., 2010, 304 stran. ISBN: 978-80-251-2795-7.
4. JERKOVIC, J. *SEO Warrior*. Sebastopol. O'Reilly Media, 2009. 496 s. ISBN: 978-0-596-15707-4.
5. JUREČKA, V. a kolektiv. *Mikroekonomie*. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010, 360 stran. ISBN: 978-80-247-3259-6.
6. KRAFT, J., BEDNÁŘOVÁ, P., KOCOUREK, A. *Ekonomie I*. 6. Vydání. Technická univerzita v Liberci, 2011, 209 stran. ISBN: 978-80-7372-705-5.
7. KUBÍČEK, M. *Velký průvodce SEO – Jak dosáhnout nejlepších pozic ve vyhledávačích*. Dotisk 1. vydání, Brno: Computer Press, a.s., 2010, 320 stran. ISBN: 978-80-251-2195-5.
8. SOUKUPOVÁ, J., HOŘEJŠÍ, B., MACÁKOVÁ, L., SOUKUP, J. *Mikroekonomie*. 4. Rozšířené vydání. Praha: Management Press, 2008, 576 stran. ISBN: 978-80-7261-150-8.