

Strategie využití online reklamních systémů

Autor práce:

Martin Hlaváček

Studijní program:

Systémové inženýrství a informatika

Obor:

Informatika

Vedoucí práce:

Ing. Václav Lohr, Ph.D.

Garantující
pracoviště:

Katedra informačních technologií

Jazyk práce:

Čeština

Cíl práce

- ▶ Cílem bakalářské práce je nalezení optimální strategie rozložení portfolia mezi vybrané online reklamní systémy.
- ▶ Optimalizace bude vycházet z vícestupňového testování a srovnávání online reklamních systémů, mezi které budou zařazeny Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads, Sklik, Heureka a Zboží.cz. Cíl bude prakticky realizován formou případové studie vybraného podniku.

Teoretická část

- ▶ Teoretická část je zaměřena na online reklamní systémy a pojmy co s problematikou souvisí.
- ▶ CPC, neboli cena za kliknutí, vyjadřuje, kolik nás stojí, aby zákazník zobrazil, kliknul, na daný obsah. Jakmile zákazník na daný odkaz klikne, tak je přesměrován na požadovanou stránku. Jedná se o jeden z důležitých nástrojů online marketingu.
- ▶ Mezi nedůležitější PPC (Pay-Per-Click, neboli platba za proklik) systémy v Čechách patří Google Ads a Sklik od Seznam.cz, Facebook Ads a Instagram Ads a PPC režim u Heureka.cz a Zboží.cz.

Praktická část

- ▶ Výsledné konverze na Heureka a Zboží.cz neodpovídaly vynaloženým prostředkům
- ▶ Porovnáním dat lze zjistit, že prostředky vynaložené na Google Ads a Sklik byly značně neefektivní a optimalizace hledaných slov zlepšila efektivitu reklamy
- ▶ Náklady na Facebook Ads a Instagram Ads před optimalizací jsou neúměrně. Toto bylo způsobeno chybně vybraným publikem

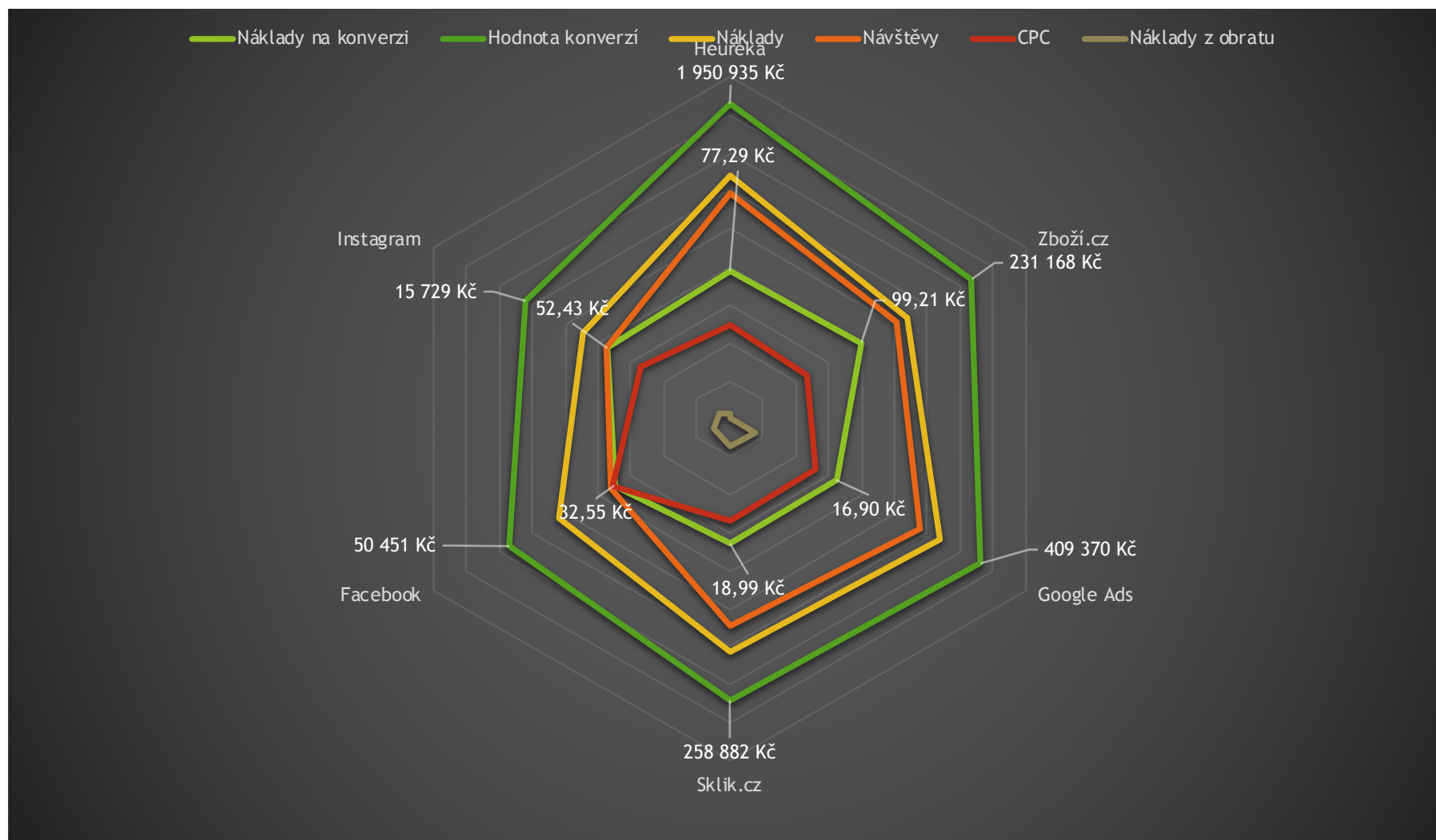
Data před optimalizací

Ukazatel	Heureka.cz	Zboží.cz	Google Ads	Sklik.cz	Facebook	Instagram
Návštěvy	6 206	650	2 902	3 089	31	47
Náklady	22 515 Kč	1 221 Kč	17 839 Kč	15 569 Kč	8 653 Kč	211 Kč
Hodnota konverzí	904 660 Kč	98 538 Kč	196 561 Kč	185 235 Kč	51 232 Kč	10 523 Kč
Náklady na konverzi	40,18 Kč	80,71 Kč	11,02 Kč	11,90 Kč	5,92 Kč	49,87 Kč
CPC	3,63 Kč	1,88 Kč	6,15 Kč	5,04 Kč	279,13 Kč	4,49 Kč
Náklady z obratu	2,49%	1,24%	9,08%	8,41%	16,89%	2,01%

Data po optimalizaci

Ukazatel	Heureka	Zboží.cz	Google Ads	Sklik.cz	Facebook	Instagram
Návštěvy	8 610	1 114	5 984	2 818	43	56
Náklady	25 243 Kč	2 330 Kč	24 217 Kč	13 635 Kč	1 550 Kč	300 Kč
Hodnota konverzí	1 950 935 Kč	231 168 Kč	409 370 Kč	258 882 Kč	50 451 Kč	15 729 Kč
Náklady na konverzi	77,29 Kč	99,21 Kč	16,90 Kč	18,99 Kč	32,55 Kč	52,43 Kč
CPC	2,93 Kč	2,09 Kč	4,05 Kč	4,84 Kč	36,05 Kč	5,36 Kč
Náklady z obratu	1,29%	1,01%	5,92%	5,27%	3,07%	1,91%

Grafické vyjádření



Závěr

- ▶ Tvorba strategií rozložení nákladů na marketing je v dnešní době velmi důležitá a pomocí optimalizačních kroků je možné významně navýšit obrát při téměř stejných nákladech.