

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: SEO strategie jako nástroj získávání zákazníků

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Jíra Jindřich

Vedoucí práce: Ing. Jitka Burešová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Předložená práce má logickou strukturu a vhodné členění. Stěžejní část teoretické části je zaměřena na SEO a jednotlivé prvky optimalizace. Rešerše je vytvořena z velkého množství převážně zahraničních zdrojů. Metodika práce je popsána dobře, místy ale trochu chaoticky. Praktická část začíná trochu netradičně popisem aktuální situace na poli SEO, kde došlo díky AI v poslední době k velkým změnám. Kapitoly 3.1 a 3.2 hodnotím tedy jako přínosné. Kapitola 3.3 představuje vybranou firmu a její dosavadní komunikační kanály na B2B trhu. Firma je vlastněna diplomantem, který tak měl přístup ke všem interním informacím. Vzhledem k tomu, že firma poskytuje služby v oblasti online marketingu, některé další pasáže práce včetně úvodní strany se souhrnem výstupů práce mohou na první pohled vypadat lehce chaoticky. Cílem práce bylo vytvořit novou SEO strategii pro zmíněnou firmu, která ale současně tuto strategii bude moci dále nabízet a implementovat svým klientům. Diplomant tento fakt v práci několikrát opakuje, což by mohlo vést ke zmatení čtenářů. Já tuto skutečnost hodnotím pozitivně, protože nejen že byla diplomantem implementována nová SEO strategie pro jeho firmu, ale navržený postup bude moc firma využít i pro implementaci SEO u svých klientů. Cílem diplomanta bylo tedy v práci představit postup, jak podniky působící v B2B, mohou implementovat SEO. Z toho důvodu vytvořil diplomant ucelený návod implementace, který vhodně doplnil ukázkami z procesu zavádění SEO prvků v jeho vlastním podniku. Diplomant prokázal, že se v tématu SEO strategií velmi dobře orientuje. Implementací svých postupů nejen naplnil stanovené cíle v podobě zvýšení počtu zákazníků své firmy, ale také připravil ucelený návod pro další firmy, které potřebují zlepšit své SEO na B2B trhu. Diplomant pracoval samostatně, postup tvorby práce konzultoval průběžně s vedoucí. Práce je na vysoké úrovni jak po stránce jazykové, tak po stránce odborné. Diplomová práce splňuje veškeré náležitosti kladené na tento druh práce, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete, jaké jsou největší rozdíly v SEO pro B2B a B2C.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Hlavním cílem práce bylo zvýšit počet nových klientů vybrané firmy. Byl ale rovněž zaznamenán nárůst počtu návštěvníků na webu firmy? Má firma k dispozici dlouhodobou statistiku o počtu návštěvníků webu?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 27.09.2024

Podpis vedoucího práce