

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** SEO strategie jako nástroj získávání zákazníků

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Vampolová Natálie

**Oponent práce:** Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc.

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Předložené práce rozvíjí standardně vypsané téma z oblasti digitálního marketingu soustředěné již na jednu podstatnou oblast (SEO). Cíl práce posouvá její obsah ke konkrétní společnosti s originálním podnikatelským záměrem. Text důsledně dodržuje rámcovou předepsanou strukturu. V teoreticko- metodologické části je prostor nejprve v rozumné míře věnován digitálnímu marketingu. Dobře a účelně jsou po té rozpracovány obsahové polohy vlastní SEO strategie. Na začátku praktické části je logicky nejprve představena společnost Couple Of Sand a výstižně je charakterizována podstata jejího neotřelého podnikatelského zaměření. Na vstupní seznámení navazuje důkladné využití web analytiky spojené především s uživateli stránek, a to včetně počtu tržeb v sledovaném období. Přehledná sekundární data o vývoji prodeje ve struktuře ale předložena nejsou. Komentáře jsou nejen popisné, ale hodnotící. Pro hlubší vhled do vnímání e-shopu uživateli stránek bylo záslužně provedeno dotazníkové šetření, dosažený vzorek je solidní, byť díky metodě výběru nereprezentativní. Výsledky jsou vyhodnoceny na úrovni analýzy prvního stupně, komentáře jsou opět nejen popisné, ale i hodnotící. Na základě předchozích poznatků je zpracován návrh SEO strategie, který je důkladný, rozložený podle hlavních složek SEO a nabízí i relevantní technické detaily. Jsou v něm respektována i specifika publika. Návrhy jsou patřičně zdůvodněné a podepřené zvážením jejich nákladové náročnosti.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Projevuje se vazba mezi nabídkou šperků v kamenných prodejnách a projevy v SEO?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Do jaké míry se aktivity uživatelů stránek liší podle jejich základních charakteristik?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Bylo by zajímavé prověřit odlišnosti v odpovědích v dotazníkovém šetření podle věku a pohlaví.

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Jak rezonují navržená klíčová slova (příloha 14) s prodeji relevantních kategorií v e-shopu?

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU**

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 30.05.2024**

---

**Podpis oponenta práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz