

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Obsahová SEO strategie jako nástroj získávání zákazníků nového e-shopu

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Gregorová Kateřina

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

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	
	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 se zabývá uplatněním možností web analytiky pro orientaci jednoho směru online marketingu vybraného e-shopu, a sice SEO ve spojení s obsahovým marketingem. Jde tedy již poměrně specifické zaměření práce. V tomto smyslu je formulován i cíl, který je zřejmý již z názvu – navrhnout obsahovou SEO strategii pro konkrétní vybranou společnost. Cíli práce jsou plně přizpůsobeny obsah a struktura teoreticko-metodologické části. Podstatné upřesnění cíle je uvedeno později, na s. 27. Cílem práce v rámci dané společnosti i cílem této diplomové práce je tvorba obsahové SEO strategie pro nový e-shop. Po vstupní partii věnované digitálnímu marketingu se dále text již plně věnuje SEO včetně obsahové strategie SEO a velmi podstatné subkapitoly 2.4 o vyhodnocování SEO aktivit. Velice správně je zdůrazněna nutnost pro webové stránky důkladně poznat cílovou skupinu jak pokud jde o její predispozice, tak získávání informací v rámci kupního rozhodování. Již v obecných partiích jsou vhodně uplatňovány i hodnotící komentáře autorky podložené její zkušeností. Celkově se text v teoretických pasážích účelně opírá o relevantní studie. K naplnění cílů práce je využito nejprve expertní polostrukturovaný rozhovor, k němuž metodicky autorka uplatňuje svůj postup, který si ve své profesní praxi vypracovala. Následné analytické kroky se již týkají zapojení různých relevantních a na sebe logicky navazujících metod a postupů web analytiky s přispěním shlukové analýzy v program OpenRefine. Výstupy byly podle relevance přeneseny k dalšímu vyhodnocení do Execlu se zapojením kontingenčních tabulek. Pěkné je užití experimentu, který opět pracuje s klíčovými slovy. Rozumný je přístup ke zmapování a analýze konkurence založený nejprve na klíčových slovech uvedených v rozhovoru s jednatelem společnosti. Vzhledem k vazbě na nový e-shop (jímž je míněn obchod C) se vhodně využila metodická substituce dat e-obchodu A. Výstupy jsou souhrnně vyhodnoceny v samostatné subkapitole a z výsledků jsou odvozeny účelné návrhy. Ladění se týká zejména blogu. Celkově je práce pěkným příkladem uplatnění důkladných analýz založených na sekundárních datech web analytiky. Dobře jsou v ní zúročeny zkušenosti autorky. Do úrovně práce se zřetelně a pěkně promítá její profesní zázemí, které jí umožnilo uplatnit v práci její praktické zkušenosti z jednoho jejího konkrétního klientského vztahu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V textu práce opakovaně zaznívá, že se víceméně zabývá řešením případu obsahové strategie SEO pro konkrétního klienta. Bude vhodné doložit, co dalšího diplomová práce přináší než zopakovaní způsobu splnění klientské zakázky.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Bylo by vhodné jasněji se vyjádřit k cílové skupině a její homogenitě vzhledem k odpovědi spolumajitele v rozhovoru, ve které uvádí, že jediným spojujícím znakem je zájem o sběratelství.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Do jaké míry by autorka považovala za účelné seznam základních klíčových slov změnit, rozšířit, zúžit?

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Na s. 48 se na základě velmi nízké hodnoty zjištěného koeficientu determinace konstatuje, že „výskyt klíčového slova v URL, titulku, nebo nadpisu H1 nemá vliv na pozici klíčového slova“. Jak koresponduje toto zjištění s doporučeními v odborných textech.

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 30.09.2023

Podpis oponenta práce