



**VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE**

**Katedra marketingových komunikací**

**Digitální marketing a komunikace**

## **Výhody a nevýhody affiliate marketingu**

**Autor: Lukáš Němec**

**Vedoucí práce: Ing. Stanislav Vasko**

**2024**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne 14.5.2024

Podpis autora:

## **Poděkování**

Děkuji panu ing. Kvidovi Kuželkovi za důvěru a možnost podílet se na tvorbě affiliate programu pro jeho internetový obchod [vitaora.cz](http://vitaora.cz). Rovněž bych rád vyjádřil vděčnost panu ing. Stanislavu Vaskovi za jeho cenné a odborné rady při vedení této práce.

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá výhodami a nevýhodami affiliate marketingu. Teoretická část definuje pojem affiliate marketing a uvádí příklady affiliate sítí a programů v České republice a v zahraničí. Výhody a nevýhody affiliate marketingu jsou prezentovány prostřednictvím SWOT analýzy, která poskytuje přehled o silných a slabých stránkách, příležitostech a hrozbách tohoto marketingového nástroje.

Praktická část práce popisuje konkrétní případovou studii spolupráce s klientem, který požadoval vytvoření affiliate programu pro svůj elektronický obchod. Tento proces je detailně popsán od počátečního návrhu až po úspěšné dokončení projektu.

Klíčová slova: affiliate marketing, SWOT analýza, e-shop, marketingové strategie, případová studie.

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with the advantages and disadvantages of affiliate marketing. The theoretical part defines the concept of affiliate marketing and provides examples of affiliate networks and programs in the Czech Republic and abroad. The advantages and disadvantages of affiliate marketing are presented through a SWOT analysis, which provides an overview of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of this marketing tool.

The practical part of the thesis describes a specific case study of cooperation with a client who requested the creation of an affiliate program for their e-commerce business. This process is described in detail from the initial proposal to the successful completion of the project.

Keywords: affiliate marketing, SWOT analysis, e-shop, marketing strategies, case study.

## Obsah

1. Úvod	7
2. Teoretická část	8
2.1. Marketing, internetový marketing, affiliate marketing	8
2.1.1 Affiliate marketing	10
2.1.2. Affiliate partneři	14
2.1.3. Affiliate odkazy	16
2.1.4. Platformy pro správu affiliate systému	17
2.2. Affiliate programy a sítě v ČR	18
2.3. Affiliate programy a sítě v zahraničí	20
Alza Affiliate	25
Affiliate program MALL.CZ	26
AffilBox	27
2.4. Výhody a nevýhody affiliate marketingu	29
2.5. SWOT analýza	34
3. Praktická část	36
4. Závěr	42
5. Seznam použité literatury a internetových zdrojů	43
6. Seznam obrázků a tabulek	46

# 1. Úvod

Affiliate marketing je velmi účinný nástroj v internetovém marketingu. Podporuje prodeje vlastníka produktu či služby a zároveň dává možnost generovat příjem partnerům, kteří vlastníkům tyto produkty či služby propagují.

V teoretické části nejdříve definuji pojem marketing a dále se zaměřím na hlubší porozumění pojmu affiliate marketing. Následně uvedu příklady affiliate programů a affiliate sítí v České republice a porovnám je se zahraničím.

Výhody a nevýhody affiliate marketingu určím pomocí SWOT analýzy, která obsahuje kromě příležitostí a hrozeb i silné a slabé stránky.

Teoretická část poskytne základ pro pochopení a zpracování praktické části práce, kde popíšu zprovoznění affiliate programu pro konkrétního klienta.

Cílem této práce je poskytnout čtenářům komplexní porozumění affiliate marketingu, jak funguje a jak ho lze aplikovat na reálném projektu v praxi. Výsledkem bude funkční affiliate program, který bude mít ambici podporovat prodeje internetového obchodu [www.vitaora.cz](http://www.vitaora.cz)

## 2. Teoretická část

### 2.1. Marketing, internetový marketing, affiliate marketing

Existuje široká řada různých definic marketingu. Většina z těchto definic má společné to, že zdůrazňuje význam zákazníka a jeho potřeb, a také apeluje na uspokojování těchto potřeb podnikem, a to při generování zisku. V dnešní době je marketing jádrem každého podnikání a zásadně rozhoduje o jeho úspěchu či neúspěchu.<sup>1</sup>

Kotler a Keller definují marketing jako společenský proces, „jehož prostřednictvím jednotlivci a skupiny získávají, co potřebují a chtějí cestou vytváření, nabízení a volné směny výrobků a služeb s ostatními.“<sup>2</sup>

V současnosti již nemohou podnikatelské subjekty obstát v podmínkách tržního hospodářství, aniž respektují potřeby a přání svých zákazníků a klientů. Tyto potřeby musí zjišťovat či vyvolávat a současně musí hledat způsoby, jak je uspokojovat. To vše souvisí s marketingem, který se využívá pro správnou volbu a změny předmětu podnikání, pro vytváření, udržování a rozvoj zájmu zákazníků, a také pro řízení podniku.<sup>3</sup>

V průběhu svého vývoje se stal marketing aplikovanou interdisciplinární vědní disciplínou. V důsledku toho, že je ve středu zájmu marketingu zákazník, tak se dnes marketing opírá o poznatky z psychologie, ale také sociologie, ekonomie, statistiky či kulturní antropologie.<sup>4</sup> Dle marketingové koncepce je produkt proměnnou veličinou, kterou je nutné flexibilně přizpůsobovat a modifikovat dle měnících se potřeb zákazníků. Základem marketingové koncepce je požadavek neustálé změny dle vývoje tržních podmínek, kdy jsou změny pro organizaci obvykle nesnadné. Manažeři musí chápat zákazníky a dokázat přesvědčivě

---

<sup>1</sup> KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5, s. 19.

<sup>2</sup> KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5, s. 35.

<sup>3</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2034-5, s. 134.

<sup>4</sup> KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5, s. 19.



využívat znalosti jejich potřeb a preferencí. Klíčový důraz je nutné klást na rozvoj nových trhů, reagovat na měnící se potřeby zákazníků a konkurenci.<sup>5</sup>

Klíčovou změnu do dnešního tržního prostředí přináší internet. V dnešním světě hraje internet v životech lidí velmi podstatnou roli, což vede k rozvoji internetového marketingu. To je dáno i tím, že lze v prostředí internetu nakupovat různé produkty a služby. V současnosti pak internetový marketing představuje celý soubor činností a vyžaduje precizní přípravu, trpělivost a dlouhodobou perspektivu. S klasickým marketingem má internetový marketing společné základy, tedy některé činnosti jsou zcela shodné nebo podobné, ale další jsou specifické pouze pro prostředí internetu.<sup>6</sup>

To poukazuje na to, že internetový marketing je využíván průřezově a ovlivňuje převážnou část marketingových nástrojů, zejména v oblasti komunikačního mixu.<sup>7</sup>

Internet významně přispěl ke změně marketingu. Spotřebitelé či podniky mají snadnější přístup k informacím, k cenovým nabídkám, k názorům ostatních uživatelů na produkty, k hodnocení produktů apod. V podstatě je internet obrovskou tržnicí, kde existuje téměř neomezená nabídka produktů s dobře informovanými zákazníky.<sup>8</sup>

Internetový marketing umožňuje oslovit různé cílové skupiny bez geografického omezení, tedy kdekoli na světě. To vše s možností personalizace kontaktů až na úroveň individuální komunikace se zákazníkem při relativně nízkých nákladech.<sup>9</sup>

Mezi výhody internetového marketingu (oproti klasickému marketingu) se řadí následující:<sup>10</sup>

- Možnosti monitoringu a měření – poskytují přístup k většímu množství kvalitních dat.
- Dostupnost 24 hodin denně 7 dní v týdnu – marketing lze na internetu realizovat nepřetržitě.

---

<sup>5</sup> MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 2., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2034-5, s. 134.

<sup>6</sup> JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014.

ISBN 978-80-251-4311-7, s. 19

<sup>7</sup> MACHKOVÁ, Hana a Martin MACHEK. *Mezinárodní marketing*. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-3006-1, s. 195.

<sup>8</sup> JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014.

ISBN 978-80-251-4311-7, s. 19

<sup>9</sup> MACHKOVÁ, Hana a Martin MACHEK. *Mezinárodní marketing*. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-3006-1, s. 195.

<sup>10</sup> JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7, s. 19

- Komplexnost – zákazníky lze oslovovat různými způsoby.
- Individuální přístup – neanonymní zákazníci, komunity zákazníků, oslovení konkrétního zákazníka přes klíčová slova a obsah.
- Dynamický obsah – nabídku lze proměňovat neustále.

Mezi nejpodstatnější nástroje internetového marketingu patří zejména internetové stránky, sociální média, mezi která se řadí sociální sítě, blogy, diskusní fóra, platformy pro sdílení fotografií a videí, různé komunikační aplikace.<sup>11</sup>

### 2.1.1 Affiliate marketing

Affiliate marketing lze chápat jako provizní marketing, který je součástí výkonnostního marketingu, ale v jeho rámci se neplatí za zobrazení reklamy či za prokliky, ale za zprostředkování konverze (pay-per-sale, pay-per-action).<sup>12</sup>

To znamená, že jde o formu propagace internetového obchodu, která se zakládá na spolupráci s partnery, kteří elektronický obchod propagují. Partneři pak získávají odměnu na základě realizovaných objednávek. Odměna je dána provizí ze zaplacené objednávky. Základní podmínkou vyplacení odměny (provize) je, aby objednávka vznikla přičiněním partnera, nejčastěji díky jeho propagaci elektronického obchodu.

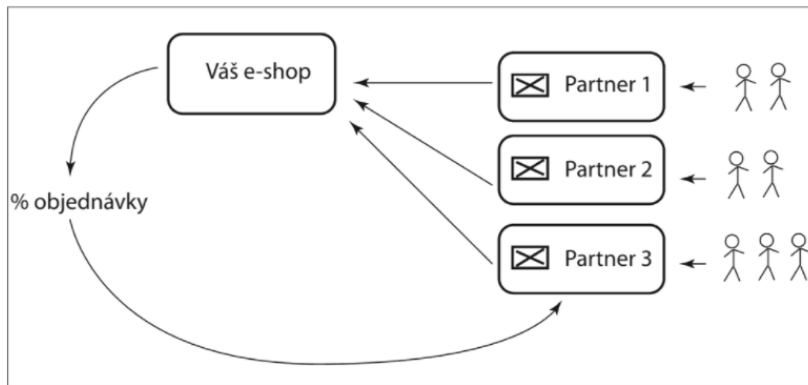
Schéma činnosti mateřské organizace a jejich affiliate partnerů se nachází na následujícím obrázku. Zde je zřejmé, že objednávky plynou do elektronického obchodu skrze partnery. Z těchto uhrazených objednávek elektronický obchod vyplácí zpětně partnerům provize.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> MACHKOVÁ, Hana a Martin MACHEK. *Mezinárodní marketing*. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-3006-1, s. 195.

<sup>12</sup> PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2. s. 7.

<sup>13</sup> MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.



Obrázek 1 Schéma činnosti mateřské firmy a jejich affiliate partnerů, zdroj: Sedlák, Mikulášková, 2015, s. 261

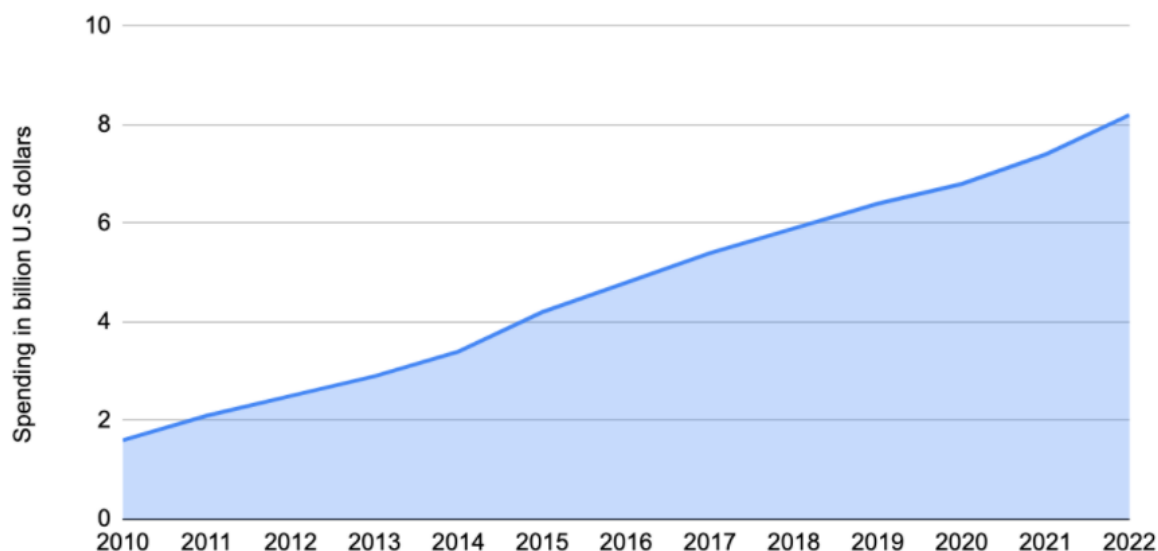
Affiliate marketing lze přiřadit k nástrojům cílené podpory prodeje v marketingově komunikačním mixu v prostředí internetu. To z toho důvodu, že se jedná o specifický druh podpory prodeje realizovaný prostřednictvím internetu. Z obecného hlediska se jedná o partnerství mezi internetovými stránkami prodejce výrobků či služeb (provozovatel affiliate programu) a stránkami, které tyto produkty doporučují a odkazují na ně (affiliate partner). Za první partnerský program na internetu lze považovat typ platby za proklik (dnes se označuje jako PPC) vyvinutý společností Cybererotica v roce 1994. V roce 1996 pak společnost Amazon zahájila svůj vlastní program, ve kterém byly zúčastněné strany schopné publikovat bannery či textové odkazy na svých webových stránkách, a to na jednotlivé knihy či přímo na hlavní webovou stránku amazon.com. Tento systém si Amazon patentoval v roce 2003. V současnosti se lze setkat s velmi širokou škálou partnerských programů po celém internetu.<sup>14</sup>

V dnešní době je affiliate marketing miliardovým odvětvím, které se neustále rozvíjí. To je dáno i výhodami, které generuje, ať už pro zapojené partnery, či internetové obchody.<sup>15</sup> Následující graf zachycuje vývoj objemu tržeb na trhu affiliate marketingu ve Spojených státech amerických, a to v miliardách amerických dolarů. Z tohoto přehledu jednoznačně vyplývá, že roste (či by měla růst) obliba tohoto nástroje. Tento vývoj zároveň potvrzuje, že affiliate marketing generuje výhody, protože v případě, kdy by nebyl výhodný, tak nelze očekávat takový zájem o jeho uplatnění, resp. takovou míru tržeb.

<sup>14</sup> JURÁŠKOVÁ, Olga, HORŇÁK, Pavel. Velký slovník marketingových komunikací. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7, s.14

<sup>15</sup>PERZYNSKA, Kasia. Affiliate Marketing: The Ultimate List of Pros and Cons. *Partners.livechat.com* [online]. 2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://partners.livechat.com/blog/affiliate-marketing-pros-and-cons/>

## Affiliate marketing spending forecast in the U.S.



Obrázek 2 Vývoj tržeb affiliate marketingu v USA + prognóza vývoje

Tento stav zároveň potvrzuje, že je ve Spojených státech amerických affiliate marketing velmi oblíbeným nástrojem, který využívá široká řada podnikatelských organizací. Organizacím zde přináší možnost pro zvyšování povědomí o značce, podporuje zapojení zákazníků, či růst objemu prodejů. To vše při poměrně nízkých nákladech na získání zákazníka. Affiliate marketing se díky svojí výkonnosti stává seriózním marketingovým kanálem, který využívají i nadnárodní korporace. Největší partnerské sítě ve Spojených státech amerických mají přes 100 000 aktivních partnerů, kteří pomáhají organizacím k zajištění požadovaného objemu prodejů.<sup>16</sup>

*„Přestože v zahraničí nabývá affiliate marketing jako forma podpory prodeje stále více na významu, v České republice stojí spíše na okraji zájmu.“<sup>17</sup>*

V České republice bývá affiliate marketing často opomíjen například ve prospěch PPC reklamy, o které se hovoří jako o výkonnosti reklamě, i když žádný výkon v podobě objednávek negeneruje.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> RASTAS, Johannes. Useful affiliate marketing statistics. *Supermetrics.com* [online]. 2020 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://supermetrics.com/blog/affiliate-marketing-statistics>

<sup>17</sup> JURÁŠKOVÁ, Olga, HORŇÁK, Pavel. Velký slovník marketingových komunikací. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7, s.14

<sup>18</sup> STUDENÝ, Robert. Příručka marketéra: Affiliate marketing a jak s ním začít. *Tyinternety.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/prirucka-marketera/prirucka-marketera-affiliate-marketing-a-jak-s-nim-zacit/>

Affiliate marketing je jedním z nejvíce efektivních a nákladově optimálních nástrojů pro přímou akvizici zákazníků v online prostředí. Jako každý marketingový nástroj však musí být využíván systematicky a promyšleně, aby přinesl žádoucí výsledky.<sup>19</sup>

To znamená, že je nutné se strategickému rozvoji affiliate marketingu věnovat. Sám od sebe nepřinese výsledky. Výhodou je však, že lze řadu kroků automatizovat, takže se tímto affiliate marketing zjednodušuje, ale stále je například nutné aktivně komunikovat s partnery.<sup>20</sup>

Affiliate marketing nemůže fungovat sám o sobě, ale vyžaduje kvalitní návštěvnost. Takovou návštěvnost vykazují webové stránky s relevantním obsahem. To jsou zejména obsahové weby včetně tematických blogů (pokud jsou dobře zacílené, tak přináší příjmy i při nízké celkové čtenosti), nebo cenové srovnávače a jiné databázové aplikace. V dnešní době může kvalitní affiliate marketing probíhat i na sociálních sítích.<sup>21</sup>

Výrazný potenciál má affiliate marketing na sociálních sítích, kde jsou partnery organizace influenceři ovlivňující uživatelské komunity.<sup>22</sup>

Sociální média si rychle získala popularitu mezi uživateli internetu, což vedlo i k zájmu affiliate marketérů o tuto oblast. Řada z nich pak aktivně využívá například sociální sítě jako Facebook k realizaci prodejů. Vzhledem k velké konkurenci zde zároveň platí, že čím sofistikovanější a inovativnější metoda affiliate marketingu je využita, tím lepší výsledky přináší. Klíčovou výhodou sociálních médií je skutečnost, že je využívá velké množství lidí, tedy i potenciálních zákazníků.<sup>23</sup>

Jaké jsou rozdíly mezi affiliate marketingem a jinými nástroji internetového marketingu? Klíčový rozdíl mezi affiliate marketingem a obrazovou a textovou reklamou na internetu je v tom, že platba není vázána na zobrazení či prokliknutí reklamního formátu, ale na skutečně

---

<sup>19</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. *Affiliate program management: an hour a day*. 1st ed. Indianapolis, Ind.: Wiley Technology Publishing, 2011, xxxii, 424 p. ISBN 04-706-5173-3, s. 15

<sup>20</sup> ROŽENSKÝ, Mário. *Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás*. Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014, 175 s. ISBN 978-80- 87923-02-3, s. 142

<sup>21</sup> STUDENÝ, Robert. *Příručka marketéra: Affiliate marketing a jak s ním začít*. *Tyinternety.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/prirucka-marketera/prirucka-marketera-affiliate-marketing-a-jak-s-nim-zacit/>

<sup>22</sup> PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2. s. 7.

<sup>23</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. *Affiliate program management: an hour a day*. 1st ed. Indianapolis, Ind.: Wiley Technology Publishing, 2011, xxxii, 424 p. ISBN 04-706-5173-3, s. 15

realizované prodeje. Z hlediska nákladů provozovatele se jedná o velmi efektivní marketingový nástroj.<sup>24</sup>

V online prostředí nahrazuje affiliate marketing word-of-mouth, tedy klasické slovní doporučení produktů mezi přáteli a známými. Vladan Hejnic (generální ředitel affiliate sítě VIVnetworks.com) popisuje, že největším a nejúspěšnějším českým elektronickým obchodům affiliate marketing generuje přibližně 15 % obrátu. Zejména se jedná o internetové obchodní domy, dále segmenty krása a móda.

Robert Studený (spolumajitel affiliate sítě VIVnetworks.com) považuje affiliate marketing za nejspravedlivější formu internetové propagace, protože elektronický obchod platí určitou předem danou provizi za přivedeného zákazníka, resp. objednávku. Neplatí se za zobrazení reklamy či proklik na webovou stránku inzerenta a odpadá nevhoda těchto typů inzercí, protože existuje přímý vztah mezi platbou za affiliate marketing a prodejem.<sup>25</sup>

Ondřej Martinek (správce affiliate programů Econea či Natur) tvrdí, že je affiliate marketing vhodný pro 99 % všech produktů a služeb: „*Affiliate se hodí pro všechny typy byznysu, ve kterých lze provést online nějaký typ konverze (objednávka, lead...). Affiliate se už dnes používá všude od velkých e-shopů s elektronikou přes nábytek, produkty pro psy a přírodní kosmetiku až po SAAS aplikace (jako například Foxentry), či infoprodukty. Je poměrně málo oborů, kde by nemělo smysl partnerský marketing zapojovat.*“<sup>26</sup>

### 2.1.2. Affiliate partneři

Affiliate partner se stává propagátorem daného výrobku, přičemž má absolutní svobodu při budování svojí online prezentace (samozřejmě nesmí porušovat podmínky affiliate smlouvy). Nezávislost spočívá v tom, že se sám rozhoduje o tom, kdy a kde bude svoji práci vykonávat, jak bude oslovovat zákazníky a optimalizovat marketingové procesy. Pro řadu partnerů představuje affiliate marketing nejjednodušší obchodní model pro vybudování

---

<sup>24</sup> JURÁŠKOVÁ, Olga, HORŇÁK, Pavel. Velký slovník marketingových komunikací. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7, s.14

<sup>25</sup> STUDENÝ, Robert. Příručka marketéra: Affiliate marketing a jak s ním začít. *Tyinternety.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/prirucka-marketera/prirucka-marketera-affiliate-marketing-a-jak-s-nim-zacit/>

<sup>26</sup> SÁLOVÁ, Anna. Affiliate marketing: Příležitosti a úskalí podle Ondřeje Martinka. *Foxentry.com* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://foxentry.com/cs/blog/affiliate-marketing-prilezitosti-a-uskali-podle-ondreje-martinka>

pasivního příjmu. Navíc se jedná o odvětví s nízkými náklady a potenciálně vysokým ziskem. Dosažení úspěchu je však náročné a vyžaduje obrovské odhodlání.<sup>27</sup>

Propagace elektronického obchodu partnerem může mít různorodou podobu. Partneri mohou provozovat vlastní webové stránky, kde prezentují nabídku elektronického obchodu či jeho produkty. Dále mohou používat PPC reklamu, kterou směřují na elektronický obchod či jiný propagačních kanál.<sup>28</sup>

Mezi **obvyklé typy affiliate partnerů** se řadí:

- Srovnávače cen a produktů.
- Cash-back programy a věrnostní systémy.
- Slevové servery.
- Blogy, vlogy, online magazíny.
- Další podniky, které mají komplementární produkty či služby (mohou například dát odkaz do newsletteru, na sociální sítě apod.)
- Katalogy, agregátory, online tržiště.<sup>29</sup>

Mezi typické affiliate partnery patří zejména majitelé webů s články na dané téma, kteří odkazují na produkty a služby. Tito partneři mohou vytvářet obsah specificky zaměřený na dané téma a využívat jej pro affiliate linkování. Tento přístup se využívá již desítky let a je jedním z hlavních pilířů affiliate marketingu.

Novějším trendem v affiliate marketingu jsou influenceři (blogeři, youtubeři, Facebook komunity). I když influenceři nemusí mít vždy velké publikum, mají schopnost efektivně získávat konverze díky tomu, že informují své sledující o produktech, vysvětlují jejich výhody a použití, což může vést k rozhodnutí zákazníka k nákupu.

---

<sup>27</sup>PERZYNSKA, Kasia. Affiliate Marketing: The Ultimate List of Pros and Cons. *Partners.livechat.com* [online]. 2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://partners.livechat.com/blog/affiliate-marketing-pros-and-cons/>

<sup>28</sup>MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mírek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.

<sup>29</sup>SÁLOVÁ, Anna. Affiliate marketing: Příležitosti a úskalí podle Ondřeje Martinka. *Foxentry.com* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://foxentry.com/cs/blog/affiliate-marketing-prilezitosti-a-uskali-podle-ondreje-martinka>

Cenové a produktové srovnávače v rámci affiliate marketingu fungují tak, že návštěvníkům umožňují srovnávat produkty z pohledu jejich parametrů, včetně ceny, a také mohou poskytovat slevové kódy. Kuponové portály shromažďují informace o cenových akcích prodeje, tj. zejména o časově omezených slevách či dopravě zdarma za podmínky využití kuponu v rámci nákupního procesu. Cashbackové portály integrují nákupní komunity lidí, kteří jejich prostřednictvím získávají zpět část provize za uskutečněnou objednávku.

S partnery je také nutné aktivně spolupracovat. Pravděpodobnost úspěchu spolupráce lze zvyšovat například prostřednictvím přípravy propagačních materiálů, individuální komunikací s partnerem, tvorbou checklistů a návodů pro méně výkonné partnery (zde se popíše například, jak mohou propagovat internetový obchod, na co nesmí zapomenout, co mohou očekávat apod.) Dále by nemělo docházet k nějakému omezování propagačních kanálů a je vhodnější ponechat partnerům volnou ruku v možnostech propagace. S partnery by měla být průběžně konzultována i výkonnost, kterou mají v rámci affiliate partnerství. Dále je nutné respektovat, že v počátcích spolupráce může být výkonnost partnera omezená, protože se musí seznámit s nastavením propagačních kanálů, přizpůsobit obsah propagovanému sortimentu apod.<sup>30</sup>

### 2.1.3. Affiliate odkazy

Affiliate odkazy slouží k tomu, aby bylo zjištěno, že objednávka vznikla přičiněním některého z partnerů. Jedná se o unikátní kód, který používají partneři ve všech odkazech, které směřují na daný elektronický obchod. V případě, kdy na odkaz klikne uživatel, dostane se na elektronický obchod a nakoupí, se přičte provize partnerovi. Díky unikátnímu kódu v URL adrese lze poznat, že došlo k objednávce, na které měl partner podíl. V praxi se může stát, že ten, kdo přijde na elektronický obchod skrze affiliate odkaz, tak nenakoupí okamžitě. Z tohoto důvodu je do cookies prohlížeče této návštěvy ukládána informace o tom, že návštěvník přišel díky affiliate odkazu. Platnost této informace se pak zpravidla pohybuje v rozmezí od 30 do 45 dnů.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> STUDENÝ, Robert. Příručka marketéra: Affiliate marketing a jak s ním začít. *Tyinternety.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/prirucka-marketera/prirucka-marketera-affiliate-marketing-a-jak-s-nim-zacit/>

<sup>31</sup> MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mírek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.



Délka platnosti cookies není omezena, tedy může platit jednu vteřinu, nebo i do nekonečna. Závisí vždy na domluvě a podmínkách daného affiliate systému. Je však důležité zmínit, že cookies mohou být uživateli kdykoliv smazány, což může ovlivnit sledování konverzí a celkovou efektivitu affiliate kampaní. Některé moderní prohlížeče také automaticky blokují nebo omezují životnost cookies, což představuje výzvu pro tuto technologii. Proto je důležité, aby affiliate systémy hledaly alternativní metody sledování, jako jsou například serverové trackingové systémy.<sup>32</sup>

#### 2.1.4. Platformy pro správu affiliate systému

Vzhledem k tomu, že se affiliate marketing zakládá na budování sítě partnerů, kteří propagují elektronický obchod a mají příjem z realizovaných nákupů, tak je nutné využívat ke správě jednotlivých partnerů systém. Takový systém zároveň generuje i unikátní affiliate kódy, kterými detekuje jednotlivé provize partnerů. K dalším požadavkům na takový systém patří například nabídka propagačních materiálů, automatizace apod.<sup>33</sup>

Affiliate sítí je široká řada. Některé jsou specifické, protože jsou zřízené pouze pro určité oblasti či země, ale další jsou globálního charakteru, takže jejich prostřednictvím lze vstoupit na globální trhy.<sup>34</sup>

Mezi základní typy platform pro správu affiliate systému patří následující:

- **Provizní síť** – V tomto případě se internetový obchod zaregistruje do rozsáhlé provizní sítě, která integruje více provizních programů. Vlastník internetového obchodu se tedy nemusí téměř o nic starat, protože o affiliate program se stará jiný subjekt, který poskytuje svou platformu a komunikuje s partnery. Toto pohodlí je však vyváženo vyššími náklady, protože provizní síť si účtuje svou vlastní provizi navíc k provizi partnera. V některých affiliate sítích je také podmínkou zapojení poplatků, zejména pro technické zapojení do sítě a nastavení.

---

<sup>32</sup> ROŽENSKÝ, Mário. Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás. Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014, 175 s. ISBN 978-80- 87923-02-3, s. 142

<sup>33</sup> MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.

<sup>34</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. *Affiliate program management: an hour a day*. 1st ed. Indianapolis, Ind.: Wiley Technology Publishing, 2011, xxxii, 424 p. ISBN 04-706-5173-3, s. 15

- **Dostupný provizní software** – Tento model zahrnuje pronájem nebo zakoupení software pro správu affiliate partnerů. Partner se registruje do tohoto softwaru, dostává své unikátní affiliate kódy a veškeré objednávky se zde evidují. Systém nastavuje i podmínky výplaty, délky cookies a další parametry. Tento přístup umožňuje obchodníkovi mít větší kontrolu nad svým affiliate programem bez nutnosti vyvíjet vlastní řešení.
- **Vlastní řešení** – V této situaci je provizní software naprogramován interně nebo externě na míru. Toto řešení je vhodné spíše pro větší internetové obchody, kterým dostupná řešení na trhu nemusí vyhovovat. Vyžaduje to dostatečné finanční prostředky na realizaci programu na míru od externího dodavatele nebo vlastní tým programátorů.<sup>35</sup>

Dále existují i tzv. **vícestupňové affiliate programy**, které mají povahu vícestupňového provizního programu, jenž kombinuje klasický model (affiliate partner a inzerent), ale také poskytuje odměny za získávání dalších affiliate partnerů. Tento model je inspirován tzv. multi-level marketingem, ale v praxi není příliš rozšířen.<sup>36</sup>

Affiliate program je nutné neustále optimalizovat. To znamená, že má affiliate manažer neustále generovat nové nápady k vylepšení stávajícího programu. Například formou motivace partnerů, zavedení nových reklamních prvků, zlepšením propagace atd.<sup>37</sup>

## 2.2. Affiliate programy a síť v ČR

Affiliate marketing je v současné době jedním z nejefektivnějších způsobů, jak mohou firmy propagovat své produkty a služby prostřednictvím třetích stran. I když nemusí překonat produktovou inzerci nebo vyhledávací marketing v některých oborech, nabízí významné výhody, zejména díky spolupráci s partnery, kteří mají přímý přístup ke specifickým

---

<sup>35</sup> MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mírek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.

<sup>36</sup> SÁLOVÁ, Anna. Affiliate marketing: Příležitosti a úskalí podle Ondřeje Martinka. *Foxentry.com* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://foxentry.com/cs/blog/affiliate-marketing-prilezitosti-a-uskali-podle-ondreje-martinka>

<sup>37</sup> ROŽENSKÝ, Mário. *Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás*. Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014, 175 s. ISBN 978-80- 87923-02-3, s. 133

cílovým skupinám. Tento způsob marketingu se těší rostoucí popularitě v České republice, zatímco v zahraničí je již dlouhá léta velmi rozšířený a využíváný ve velkém měřítku.



Obrázek 3 Příklad affiliate programu v ČR. (obrázek z webu Alza.cz)

Při porovnávání affiliate sítí a programů v ČR a v zahraničí je nezbytné se zaměřit na několik klíčových aspektů, které zahrnují technologickou vyspělost, úroveň podpory pro partnery, dostupné provizní struktury a tržní specifika.<sup>38</sup>

Affiliate sítě a programy v České republice se v posledních letech výrazně vyvinuly. Mezi nejvýznamnější hráče na trhu patří například eHub, VIVnetworks nebo Dognet. Tyto sítě nabízejí širokou škálu kampaní od různých inzerentů, které zahrnují jak lokální, tak mezinárodní značky. Technologická infrastruktura českých affiliate sítí se neustále zlepšuje, přičemž mnoho z nich investuje do moderních sledovacích systémů a analytických nástrojů. To umožňuje partnerům přesně monitorovat výkon kampaní a optimalizovat své strategie.<sup>39</sup> V České republice se affiliate marketing začal rozvíjet později než v zahraničí. První programy se zde objevily kolem roku 2005 a byly zaměřeny převážně na cestovní ruch a aukční portály. Mezi průkopníky affiliate marketingu v České republice patřily společnosti jako Invia, Student Agency nebo Aukro, které začaly využívat vlastní provizní systémy. Skutečný rozmach tohoto způsobu marketingu však nastal s portály jako Dáme jídlo, kde uživatelé přímo chápali výhody provizního systému, například prostřednictvím zpětných plateb za objednávky pro skupiny. Tento přímý model zaujal mnoho lidí, kteří se následně začali zajímat o další affiliate programy. Postupně se přidaly první provizní sítě jako

<sup>38</sup> STŘÍTESKÝ, Václav. Marketing management. Beckovy ekonomické učebnice. V Praze: C.H. Beck, 2023. ISBN 978-80-7400-897-9.

<sup>39</sup> STŘÍTESKÝ, Václav. Marketing management. Beckovy ekonomické učebnice. V Praze: C.H. Beck, 2023. ISBN 978-80-7400-897-9.

eSpolupráce, Vivantis a Potenza. V roce 2016 vstoupila na český a slovenský trh zahraniční síť Commission Junction, kterou zastupuje firma VIVnetworks.<sup>40</sup>

### 2.3. Affiliate programy a sítě v zahraničí

Na druhé straně affiliate sítě a programy v zahraničí, jako jsou CJ Affiliate, Rakuten Marketing nebo ShareASale, často operují na mnohem větším měřítku. Tyto sítě mají rozsáhlé zkušenosti a poskytují sofistikované nástroje pro správu kampaní, včetně pokročilých analytických funkcí, které mohou zahrnovat například detailní segmentaci uživatelů a personalizované doporučovací systémy. Zahraniční sítě také často nabízejí širší škálu produktů a služeb díky svému globálnímu dosahu.<sup>41</sup>

V zahraničí, zejména v USA, affiliate marketing nabral na popularitě mnohem dříve. Amazon spustil svůj program Amazon Associates v roce 1996, což umožnilo partnerům získávat provize za prodej produktů přes jejich odkazy. Tento model se stal vzorem pro mnoho dalších firem a vedl k rozvoji robustních a efektivních affiliate sítí. Mezi nejznámější zahraniční sítě patří Zanox, Commission Junction, Affiliate Window a ClickBank.<sup>42</sup>

V tomto ohledu je důležité také zmínit, že affiliate síť funguje jako prostředník mezi inzerenty (obchodníky) a partnery (affiliaty). Síť poskytuje platformu, kde mohou obchodníci nabídnout své affiliate programy a partneři se mohou přihlásit do různých programů podle svého zájmu.<sup>43</sup>

V České republice jsou typickými příklady affiliate sítí CJ Affiliate (dříve Commission Junction) a AffilBox. Na zahraničních trzích jsou známé sítě jako Amazon Associates a Rakuten Advertising. Affiliate program je specifický program jednotlivého obchodníka, který je nabízen partnerům za provize z přivádění zákazníků či prodejů. Tento program je spravován obchodníkem a může být součástí větší affiliate sítě nebo fungovat nezávisle.<sup>44</sup>

---

<sup>40</sup> STRÍTESKÝ, Václav. Marketing management. Beckovy ekonomické učebnice. V Praze: C.H. Beck, 2023. ISBN 978-80-7400-897-9

<sup>41</sup> PROCHÁZKA, Tomáš a ŘEZNÍČEK, Josef. Obsahový marketing. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

<sup>42</sup> SCHIFFMAN, L. - KANUK, L. - WISENBLIT, J. Consumer behavior: global edition. 10th ed. Boston: Pearson Prentice Hall, 2010, 592 s. ISBN 9780137006700.

<sup>43</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. Affiliate Program Management: An Hour a Day. Canada: Wiley Publishing, Inc., 2011. ISBN 978-0-470-65173-5

<sup>44</sup> SCHIFFMAN, L. - KANUK, L. - WISENBLIT, J. Consumer behavior: global edition. 10th ed. Boston: Pearson Prentice Hall, 2010, 592 s. ISBN 9780137006700.

V České republice jsou příklady affiliate programů Alza.cz Affiliate Program a Mall.cz Affiliate Program. Na zahraničních trzích jsou známé eBay Partner Network a Shopify Affiliate Program. V České republice jsou provize obvykle nižší, pohybují se mezi 2 % až 10 % v závislosti na segmentu trhu. Podpora a nástroje jsou méně pokročilé a trh je menší, což omezuje potenciál výdělku.<sup>45</sup>

Dalším důležitým faktorem je úroveň podpory, kterou affiliate sítě poskytují svým partnerům. V České republice je obvykle podpora zaměřena na začínající partnery, kteří potřebují pomoc s prvními kroky v affiliate marketingu. České sítě často organizují školení, webináře a poskytují rozsáhlé znalostní báze. Zahraniční sítě mají většinou vyvinuté robustní podpůrné systémy, které zahrnují osobní account managery, kteří jsou k dispozici pro strategické konzultace a pomoc s optimalizací kampaní.<sup>46</sup>

Provizní struktury jsou další klíčovou oblastí, kde lze pozorovat rozdíly. České affiliate sítě obvykle nabízejí provize v rozmezí 5–20 % v závislosti na kategorii produktů a služeb. Ve srovnání s tím zahraniční sítě mohou nabídnout širší škálu provizí, které se mohou pohybovat od několika procent až po 50 % a více u digitálních produktů a služeb. Tento rozdíl je částečně způsoben větším konkurenčním tlakem na globálním trhu a vyššími maržemi v některých odvětvích.<sup>47</sup>

Tržní specifika také hrají významnou roli v porovnání affiliate sítí. České sítě často cílí na specifické potřeby a preference českých spotřebitelů, což zahrnuje lokalizaci obsahu, podporu v českém jazyce a přizpůsobení marketingových strategií místnímu trhu. Zahraniční sítě mají větší flexibilitu a mohou oslovit širší publikum díky svému globálnímu dosahu a schopnosti přizpůsobit kampaně různým trhům.<sup>48</sup>

Dalším klíčovým rozdílem je technologická vyspělost a podpora. Zahraniční affiliate sítě programy často nabízejí pokročilé technologie, jako jsou detailní analytické nástroje, personalizované reklamní materiály a integrace s různými marketingovými platformami. V České republice se tyto technologie teprve postupně zavádějí, což může omezovat efektivitu a dosah kampaní.<sup>49</sup>

---

<sup>45</sup> STRÍTESKÝ, Václav. Marketing management. Beckovy ekonomické učebnice. V Praze: C.H. Beck, 2023. ISBN 978-80-7400-897-9.

<sup>46</sup> ŠÍMA, Jan; VORÁČEK, Josef a OPELÍK, Daniel. Reklama a marketing ve sportu. [Praha]: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2023. ISBN 978-80-88502-46-3.

<sup>47</sup> PROCHÁZKA, Tomáš a ŘEZNÍČEK, Josef. Obsahový marketing. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

<sup>48</sup> PROCHÁZKA, Tomáš a ŘEZNÍČEK, Josef. Obsahový marketing. Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

<sup>49</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. Affiliate Program Management: An Hour a Day. Canada: Wiley Publishing, Inc., 2011. ISBN 978-0-470-65173-5

V České republice se affiliate marketing řídí především zákonem o ochraně osobních údajů, který je implementací evropského nařízení GDPR. Tento zákon ukládá affiliate sítím povinnost zajistit, aby všechny osobní údaje byly zpracovávány v souladu s přísnými pravidly ochrany a zabezpečení. To zahrnuje transparentní informování uživatelů o sběru a použití jejich dat, získání výslovného souhlasu před použitím sledovacích technologií, jako jsou cookies, a možnost uživatelů kdykoli odvolat svůj souhlas.<sup>50</sup>

Zahraniční affiliate sítě, zejména ty působící v Evropské unii, musí rovněž dodržovat GDPR, ale často čelí i dalším regulačním výzvám v různých jurisdikcích. Například ve Spojených státech se affiliate marketing musí řídit směrnicemi Federální obchodní komise (FTC), které vyžadují, aby byli spotřebitelé jasně informováni o jakékoli finanční kompenzaci nebo jiných odměnách, které affiliate partneři obdrží za propagaci produktů. To znamená, že affiliate partneři musí na svých stránkách a v obsahu zřetelně uvádět jakékoli affiliate odkazy.<sup>51</sup>

Dalším aspektem, který je třeba zvážit, je způsob, jakým affiliate sítě řeší podvody a nekalé praktiky. V České republice se affiliate sítě aktivně snaží chránit své inzerenty a partnery před podvodnými aktivitami, jako jsou falešné konverze nebo neetické praktiky získávání návštěvnosti. To zahrnuje používání pokročilých sledovacích a analytických nástrojů, které dokáží detekovat a předcházet podvodům v reálném čase. Zahraniční sítě často disponují ještě sofistikovanějšími technologiemi pro detekci podvodů, které využívají strojového učení a umělé inteligence k identifikaci podezřelých aktivit.<sup>52</sup>

Je také důležité zmínit, že chování spotřebitelů se v různých regionech liší. Zatímco v České republice mají spotřebitelé tendenci být více opatrní a vyhledávat recenze a doporučení před nákupem, zahraniční spotřebitelé, zejména v USA, jsou zvyklí na agresivnější formy marketingu a rychlejší rozhodování. Toto kulturní pozadí ovlivňuje strategii a provedení affiliate kampaní.<sup>53</sup>

Na zahraničních trzích jsou provize vyšší, často se pohybují mezi 5 % až 15 %, u některých programů i více. Podpora a analytické nástroje jsou pokročilejší a poskytují se rozsáhlá

---

<sup>50</sup> ROŽENSKÝ, Mário. Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás. Jihlava: Baroque Partners, 2014. ISBN 978-80-87923-02-3.

<sup>51</sup> ŠÍMA, Jan; VORÁČEK, Josef a OPELÍK, Daniel. Reklama a marketing ve sportu. [Praha]: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2023. ISBN 978-80-88502-46-3.

<sup>52</sup> ROŽENSKÝ, Mário. Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás. Jihlava: Baroque Partners, 2014. ISBN 978-80-87923-02-3.

<sup>53</sup> ROŽENSKÝ, Mário. Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás. Jihlava: Baroque Partners, 2014. ISBN 978-80-87923-02-3.

marketingová podpora. Větší a rozmanitější trh umožňuje vyšší potenciál výtěžku. Např. Amazon Associates s provizemi mezi 4 % až 10 % a Alza.cz Affiliate Program s provizemi mezi 2 % až 5 %. V zahraničí je affiliate marketing obecně výhodnější díky vyšším provizím, lepší podpoře a většímu trhu.<sup>54</sup>

V rámci popisu českých affiliate marketing programů jsou popsány programy Alza Affiliate, a Affiliate program MALL.CZ. Níže zmiňuji jejich výhody, nevýhody a administraci.

#### **Alza Affiliate:**

- **Výhody:** Alza Affiliate program nabízí vysoké provize z prodeje, široký sortiment produktů a pravidelné akce a slevy, které můžete propagovat. Administrace programu je uživatelsky přívětivá a poskytuje podrobné statistiky a reporty o vašich kampaních.
- **Nevýhody:** Menší podpora pro začínající affiliate partnery a vyšší konkurence mezi partnery.
- **Administrace:** V administraci najdete nástroje pro sledování výkonu vašich kampaní, přehled objednávek, reklamní materiály ke stažení a možnost nastavení vlastních kampaní. (alza.cz, 2022)

#### **MALL.CZ Affiliate:**

- **Výhody:** Affiliate program MALL.CZ nabízí atraktivní provize a širokou škálu produktů. Administrace je jednoduchá a přehledná, což usnadňuje správu kampaní.
- **Nevýhody:** Omezená podpora pro marketingové nástroje a nižší provize u některých kategorií produktů.
- **Administrace:** V administraci najdete detailní statistiky, přehled o provizích, reklamní materiály, možnost tvorby vlastních reklamních kampaní a nástroje pro optimalizaci výkonu. (mall.cz, 2022)

---

<sup>54</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a JANEČEK, Petr. Strategický marketing: strategie a trendy. 3. přepracované a rozšířené vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2023. ISBN 978-80-271-3722-0.

## Jednoduchá a přehledná administrace

- ✓ Jednoduchá správa reklamních jednotek
- ✓ Moderní prostředí a intuitivní ovládání
- ✓ Doklady a vyúčtování na jednom místě
- ✓ Jasný přehled o výdělcích i na mobilních zařízeních

Registrovat se



Obrázek 4 Přehled administrace v Alza Affiliate (obrázek z webu Alza.cz)

### MALL se postará

- Marketing**  
Ukážeme Vás širokému publiku formou propracovaných online i offline marketingových nástrojů.
- Kampaně**  
Zařadíme Vaše produkty do kampaní jako Black Friday.
- Přijem vráceného zboží**  
Zákazníkovi zboží nevyhovuje? Nevadí. S vrácením pomůže síť našich prodejen nebo náš zákaznický servis.
- Služby**  
MALL Delivery a Self-billing zjednoduší Vaši každodenní operativu.
- Zákaznický servis**  
Zajistíme pro zákazníky komplexní lokální podporu.

### Vy prodáváte

- Vzhled produktů**  
Tvóříte obsah produktu, nahraďte vlastní obrázky a doplňujete hodnoty parametrů.
- Novinky v portfoliu**  
Nabídněte nejnovější zboží ať už jste výrobce nebo dodavatel.
- Slevové akce**  
Ukažte všem zákazníkům, kde nakupovat za nejlepší ceny. Vaše produkty se tak snadno mohou stát bestsellery.
- Expedice**  
Své zboží expedujete z pohodlí Vašeho skladu se zachováním zaběhnutých procesů.
- Zákaznická spokojenost**  
Staráte se o to, aby zákazník dostal tu nejlepší službu a svoji objednávku obdržel ve stanoveném termínu.

Obrázek 5 princip prodeje v partnerském programu MALL.CZ (obrázek z webu MALL.CZ)



## Alza Affiliate

Alza Affiliate je provizní systém, jehož prostřednictvím Alza vyplácí partnerům provize za zakázky, které pomáhají realizovat. Po registraci do affiliate systému získává partner unikátní identifikační číslo IDP. Toto vkládá do URL odkazů, které povedou na internetový obchod Alzy. Za každý nákup, který se uskuteční skrze tento odkaz, se připisuje partnerovi provize, podle hodnoty nákupu a segmentu zboží (alza.cz, 2022).

Affiliate program Alza zdůrazňuje následující výhody pro své partnery:

- **Vysoké provize** – za každou objednávku realizovanou prostřednictvím webových stránek partnera obdrží partner provizi, která je nastavena na poměrně vysoké úrovni (až 5 % dle typu zboží). Někteří partneři běžně vydělávají desítky tisíc korun měsíčně.
- **Partnerství s Alza.cz** – Alza patří v České republice a na Slovensku mezi nejznámější a nejdůvěryhodnější značky. Klade důraz na bezpečnost a zákaznický servis. Partner se nemusí obávat, že by spojoval své jméno s nedůvěryhodnou značkou.
- **Nástroje k úspěchu** – Alza poskytuje nástroje pro snadné vložení reklam na webové stránky, možnost zvolení si kategorie cílení.
- **Jednoduchá a přehledná administrace** – administrace poskytuje jednoduchý přehled provizí, API, dokladů a vyúčtování, správu reklamních jednotek apod. Jde o řešení vhodné jak pro velké komerční projekty, tak malé blogy apod.
- **Individuální přístup** – pro velké partnery lze dohodnout individuální podmínky na míru.

V případě Alza Affiliate získává partner možnost spolupracovat s největším českým elektronickým obchodem, který má zaveden systém affiliate marketingu. Tímto získává partner přístup k širokému sortimentu, který může propagovat. Pak už závisí jen na něm, jestli se bude specializovat na některé oblasti sortimentu, nebo bude propagovat různé kategorie produktů. Alza v rámci partnerství nabízí poměrně vysokou provizi v komparaci s jinými affiliate programy, ale také jednoduché a přehledné softwarové řešení celého affiliate marketingu. (alza.cz, 2022)

## Affiliate program MALL.CZ

Affiliate program mall.cz je partnerský provizní systém pro provozovatele webových stránek. Při zapojení do affiliate programu může partner umístit na svoje webové stránky reklamy, jejíž prostřednictvím přijdou zákazníci na mall.cz. Při realizovaném nákupu pak získává partner provizi. Tato je v různé výši a maximálně dosahuje až 8 % dle prodejní ceny z kategorie zboží. Minimum pro výplatu činí 1 000 Kč a délka cookies je nastavena na 7 dní. Pro partnera je také výhodou, že získává provize ze všech nákupů, které zákazník uskuteční v průběhu těchto 7 dní. I zde však platí, že je provize vyplácena pouze v případě, že má zákazník povoleny cookies (mall.cz, 2022).

Mezi hlavní výhody spolupráce s mall.cz a zapojení se do affiliate programu patří:

- **Partnerství s Mall.CZ** – internetový obchod mall.cz patří mezi největší v České republice a má dlouhodobé zkušenosti s e-commerce, a to již od roku 2000. V nabídce má přes 50 000 produktů, a tedy pro partnera jde o velmi širokou škálu zboží, které může prostřednictvím affiliate nabízet.
- **Flexibilita v rámci reklamy** – reklamu lze přizpůsobit obsahu stránek partnera, tj. například pokud partner provozuje stránky se sportovní tematikou, tak si může vybrat reklamu se sportovním tématem, čímž zvýší účinnost reklamy a získá i vyšší provizi. Partner má na výběr z různých reklam od textového odkazu, bannerů různých velikostí a témat, až po dynamickou výlohu s vybranými produkty ze sortimentu mall.cz.
- **Technologické zázemí a know-how affiliate programu** – toto zázemí a know how poskytuje organizace VIVnetworks, která ve střední a východní Evropě zastupuje největší globální společnost zabývající se affiliate marketingem, tj. CJ by Conversant. Pro zapojení se do affiliate programu stačí základní znalost HTML, aby mohlo dojít ke zkopírování kódu pro vložení reklamního prvku na webové stránky.
- **Automatizace** – affiliate program a jeho software automaticky načítá a vyplácí provize, poskytuje detailní přehled výkonu a přivedených objednávek, vyhodnocuje úspěšnost kampaní, zprostředkovává zákaznickou podporu (prostor pro dotazy a jejich zodpovězení). Registrace do programu je jednoduchá, kdy stačí vyplnit registrační formulář, následně obdrží partner elektronickou cestou další pokyny pro přihlášení do partnerského programu. (mall.cz, 2022)

Affiliate program MALL.CZ funguje na podobné bázi jako systém Alza. I zde má partner jednoduchou a srozumitelnou možnost pro vstup do affiliate programu, v jehož rámci může propagovat různé produkty, či se specializovat pouze na určité produkty. Mall.cz poskytuje partnerům srozumitelné technologické zázemí ve spolupráci s přední affiliate sítí VIVnetworks. (mall.cz, 2022)

## AffilBox

AffilBox je affiliate marketingové řešení, které má podobu jednoduchého nástroje, který pomáhá vytvářet síť partnerů. Partneři pak propagují a prodávají produkt internetového obchodu, čímž pomáhají s růstem podnikání. Affilbox je v podstatě software, který pomáhá s měřením provizí pro partnery. Jde o platformu, která umožňuje vybudovat partnerský program, mít kompletní kontrolu nad partnery, jejich činností a propagací (affilbox, 2022). Toto řešení momentálně (k 17. 3. 2022) využívá v České republice přes 32 633 partnerů a za posledních 30 dní vygenerovalo 19 911 přivedených zákazníků. Provize partnerů pak za toto období činila 3 532 272 Kč. Řešení využívá celá řada velkých internetových obchodů či internetových projektů jako zonky.cz, alkohol.cz, ketomix.cz, či rixo.cz. Celkově pak tento nástroj využívá 3 603 obchodníků. Dle referencí a statistik je zřejmé, že využití affiliate programu zvyšuje tržby o 10 % až 60 %.(affilbox, 2022)

K dalším výhodám tohoto řešení patří:

- **Srozumitelný přehled o objednávkách** – lze přesně zjistit, které zákazníky partneři přivedli, objednávku lze jednoduše schválit či odmítnout, je viditelná výše provize u jednotlivých konverzí.
- **Neomezený počet kampaní** – do systému lze přidávat libovolný počet kampaní, lze omezovat přístup do kampaně pouze vybraným partnerům, v každé kampani lze nastavit jinou výši provize.
- **Snadná správa partnerů** – ihned lze pozorovat, kdo propaguje elektronický obchod, lze se přihlásit jako vybraný partner, partnerům lze zakázat přístup do programu.

Z hlediska nákladů na využití provizního systému je placen jednorázový poplatek ve výši 9 900 Kč bez daně z přidané hodnoty, který umožňuje roční členství v tomto programu.

Žádné další poplatky se pak ke členství nevztahují, a také neexistuje žádné další omezení počtu partnerů či počtu eshopů, které člen vlastní. To znamená, že lze všechny e-shopy a webové stránky propagovat v rámci jedné licence. V praxi se pak vyskytuje situace, kdy největší zákazníci vyplácí měsíčně na provizích přes 1 000 000 Kč, ale stále platí jen 835 Kč za pronájem systému (affilbox, 2022).

Affilbox je tedy specifickým nástrojem, který propojuje internetové obchody a partnery, a tedy jde o jakéhosi zprostředkovatele. Systém je nastaven takovým způsobem, aby přinášel výhody všem zapojeným aktérům. Internetovým obchodům umožňuje navyšovat tržby. Partnerům zase přináší propojení s různou strukturou internetových obchodů, takže si mohou vybrat, které služby a produkty budou nejvhodnější pro propagaci.

Z popisu těchto tří vybraných affiliate programů vyplývá, že v České republice mají partneři i internetové obchody dostatek možností k využití affiliate marketingu.

## 2.4. Výhody a nevýhody affiliate marketingu

V této kapitole je pozornost věnována shrnutí výhod a nevýhod affiliate marketingu.

### Výhody affiliate marketingu

Výhody affiliate marketingu lze identifikovat zejména v možnosti vytvořit rozsáhlou partnerskou síť bez ohledu na geografická omezení. Propagace produktu prostřednictvím partnerské sítě pak umožňuje pokrýt výrazně větší část trhu (nebo i zcela odlišné trhy). Tímto lze generovat vyšší objemy prodeje.<sup>55</sup>

Výhodou affiliate marketingu je také jeho univerzální uplatnitelnost a využitelnost. Podstata affiliate marketingu umožňuje, aby jej aplikoval prakticky kdokoli, kdo nabízí svoje služby a produkty prostřednictvím internetu.<sup>56</sup>

Další výhodou spolupráce s affiliate partnery je možnost přivádět atypický druh návštěvnosti na webové stránky organizace, který by nebyl získán, kdyby organizace nevyužila affiliate marketing.<sup>57</sup>

Významnou výhodou affiliate marketingu je skutečnost, že sami partneři propagují internetový obchod prostřednictvím svých vlastních komunikačních kanálů. Navíc jejich odměna je dána zaplacenými objednávkami, a tedy jde o jednoduše měřitelný systém. Existuje však i potenciální nevýhoda, pokud se prodej odehrává na webu affiliate partnera. V takovém případě může být pro původního obchodníka riskantní, protože odpojením partnera může ztratit okamžitě přístup k jeho stávajícím zákazníkům a zakázkám. Tento fakt může vést k situaci, kdy affiliate partneři mají silnou vyjednávací pozici vůči zaběhlým prodejcům.<sup>58</sup>

Klíčovou výhodou affiliate marketingu je skutečnost, že jde o odvětví, do kterého je poměrně snadné vstoupit, protože zde v podstatě neexistují žádné bariéry vstupu. Největší komplikací je nutnost vytvořit si webovou stránku pro affiliate marketing a vybrat si vhodná témata a

---

<sup>55</sup> PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2.*, zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2. s. 7.

<sup>56</sup> PRUSSAKOV, Evgenii. *Affiliate program management: an hour a day*. 1st ed. Indianapolis, Ind.: Wiley Technology Publishing, 2011, xxxii, 424 p. ISBN 04-706-5173-3, s. 9

<sup>57</sup> PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2.*, zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2. s. 7.

<sup>58</sup> MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod*. Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4. s. 261.

produkty, která budou propagována. V podstatě nejsou nutné ani odborné znalosti, ať už daného produktu či marketingu. Affiliate marketingu se lze učit za pochodu. Z tohoto zároveň vyplývá, že jsou na nízké úrovni i počáteční náklady na zahájení affiliate marketingu.<sup>59</sup>

Ke zvýšení objemu prodejů může napomoci i image a pověst affiliate partnera. Zejména, když je ve svém oboru autoritou, publikuje unikátní obsah, spotřebitelé naslouchají jeho doporučením. Například na marketplace jako je Alza, kde je sama Alza dominantním hráčem, má image a zavedená značka velký vliv na rozhodnutí zákazníků. To umožňuje, aby i menší neznámé firmy získaly přístup k zákazníkům a prodávaly dražší produkty, které by jinak neměly šanci na trhu. Tímto způsobem může Alza jako affiliate partner posílit svou pozici a zároveň přinést prospěch i menším obchodníkům.<sup>60</sup>

K dalším výhodám pro partnery patří u affiliate marketingu skutečnost, že může jít o zdroj vedlejších příjmů. Partner může s využitím tohoto konceptu realizovat různé vedlejší projekty a nemusí opouštět současné zaměstnání.

Pro zajištění chodu affiliate programu je zásadní kvalitní software, ale také musí existovat osoba, která bude mít personální odpovědnost za hledání a výběr partnerů, řešení provozních problémů (tj. affiliate manažer).<sup>61</sup>

Jan Ježek (správce affiliate programu Pilulka.cz) hovoří o výhodách affiliate marketingu následovně: „*affiliate řadíme mezi striktně výkonnostní kanály. Výhodou je jasná struktura nákladů na přivedené objednávky, snadná predikce výkonnosti a možnost rychlého růstu při domluvě individuálních kampaní s partnery (Studený, 2018).*“

Další výhodou affiliate marketingu je také skutečnost, že partner v podstatě nemusí řešit péči o zákazníky, protože jako partner s těmito nepřichází do styku, když například řeší reklamace, kladou různé dotazy ohledně dodání produktů apod. Samozřejmě mohou affiliate partneři se zákazníky komunikovat, ale není to jejich povinností či primárním úkolem.

---

<sup>59</sup>PERZYNSKA, Kasia. Affiliate Marketing: The Ultimate List of Pros and Cons. *Partners.livechat.com* [online]. 2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://partners.livechat.com/blog/affiliate-marketing-pros-and-cons/>

<sup>60</sup> PŘÍKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2.*, zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2. s. 7.

<sup>61</sup> SÁLOVÁ, Anna. Affiliate marketing: Příležitosti a úskalí podle Ondřeje Martinka. *Foxentry.com* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://foxentry.com/cs/blog/affiliate-marketing-prilezitosti-a-uskali-podle-ondreje-martinka>

Vysoká míra nezávislosti je další z výhod affiliate marketingu. Partnerům může vyhovovat, že mohou pracovat formou home office, na různých místech světa apod. Pravidla svojí práce si nastavují samostatně dle svého vlastního uvážení.<sup>62</sup>

Affiliate marketing pak plně využívá výhod internetového marketingu, a to zejména v tom, že probíhá nepřetržitě dvacet čtyři hodin denně a sedm dní v týdnu. Stačí tedy nastavit systém a příjem už může být generován automaticky, aniž by vyžadoval fyzickou přítomnost. Za výhodu lze považovat i poměrně širokou škálu možností, které lze v rámci affiliate marketingu. Jejich prostřednictvím lze lépe nalézt skutečně efektivní a ziskový přístup k využití tohoto nástroje marketingu. Pokud například nepřináší dostatečnou efektivitu blog, tak se lze přesunout na sociální sítě apod. Možnosti jsou prakticky neomezené, včetně kombinace jednotlivých prodejních kanálů, která přináší synergii.<sup>63</sup>

### **Nevýhody affiliate marketingu**

Nevýhodou affiliate marketingu může být určitá nespolehlivost partnera v tom, že na webové stránky umístí banner, který není pro propagaci vhodný, nebo například obsahuje zcela nevhodný, nemravný obsah. V takovém případě by se mělo jednat o porušení podmínek a sankcí může být i vyloučení z programu nebo neproplacení provize.<sup>64</sup>

Kritici affiliate marketingu často upozorňují na různé nekalé techniky, které se mohou v jeho rámci využívat (po rozesílání spamu, spandexing webových stránek, tvorbu nekvalitních affiliate webů s odkazy bez relevantního obsahu, až parazitování na ochranných známkách konkurence či netransparentnost affiliate programu). Na uvedená rizika však lze reagovat prostřednictvím vhodného technického nastavení programu.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2.*, zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.

<sup>63</sup> WRIGHT, CH. *Affiliate Marketing: Secrets - How to Start a Profitable Affiliate Marketing Business and Generate Passive Income Online, Even as a Complete Beginner*. UK: Alakai Publishing LLC, 2020.

<sup>64</sup> ROŽENSKÝ, Mário. *Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás*. Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014, 175 s. ISBN 978-80- 87923-02-3, s. 153

<sup>65</sup> WRIGHT, CH. *Affiliate Marketing: Secrets - How to Start a Profitable Affiliate Marketing Business and Generate Passive Income Online, Even as a Complete Beginner*. UK: Alakai Publishing LLC, 2020. s. 14-15

**Výhody affiliate marketingu** lze shrnout následujícím způsobem (přehled výhod nerozlišuje subjekt affiliate marketingu):

- Je možné vytvořit rozsáhlou partnerskou síť bez ohledu na geografická omezení.
- Jde o univerzální marketingový nástroj, který lze využívat v různých souvislostech.
- Možnost získání atypického druhu návštěvnosti.
- Propagaci internetového obchodu zajišťují partneři.
- Není nutné disponovat odbornými znalostmi, ať už daného produktu či marketingu.
- Počáteční náklady na zahájení affiliate marketingu jsou na nízké úrovni.
- Ke zvýšení objemu prodejů může napomoci i image a pověst affiliate partnera.
- Struktura nákladů na realizované objednávky je zřejmá, čili lze jednoduše hodnotit a predikovat výkonnost.
- S partnery si lze domluvit individuální podmínky, což podporuje možnost rychlého růstu.
- Partner nemusí řešit péči o zákazníky.
- Partner může být zcela nezávislý a má širokou škálu možností.
- Lze kombinovat jednotlivé prodejní kanály za účelem získání synergického efektu.
- Stačí nastavit systém a příjem už může být generován automaticky.
- V internetovém prostředí nahrazuje affiliate marketing word-of-mouth.
- Platba provize je vázána na skutečně realizované prodeje.
- Stačí tedy nastavit systém a příjem už může být generován automaticky, aniž by vyžadoval fyzickou
- Jde o nejjednodušší obchodní model pro vybudování pasivního příjmu.

Z těchto informací je zřejmé, že affiliate marketing nabízí účastníkům affiliate programů poměrně vysoký počet výhod, který mohou využívat ke svému rozvoji. Organizace mají k dispozici nástroj, jak zvyšovat prodeje, získávat nové zákazníky, nemusí investovat vysoké částky do reklamy apod. Partneři mají prostor pro získání nových příjmů a pasivního příjmu prostřednictvím internetového prodeje, aniž musí provozovat vlastní internetový obchod. Vzájemná spolupráce pak navíc ještě může přinést synergické efekty.



**Nevýhody affiliate marketingu** mají následující podobu (přehled nevýhod nerozlišuje subjekt affiliate marketingu):

- Partner zveřejní zcela nevhodný obsah
- Možnost zkompromitování značky
- Nutnost kvalitního a optimálního řešení
- Affiliate program je nutné neustále optimalizovat
- Nelze realizovat bez internetu

Při zvažování využití affiliate marketingu je nutné akceptovat i nevýhody tohoto systému. Z jejich přehledu vyplývá, že nejsou kritického charakteru a lze je určitými postupy eliminovat.

## 2.5. SWOT analýza

V závěru teoretické části práce je provedena vlastní SWOT analýza, která shrnuje uvedené teoretické poznatky o affiliate marketingu. Tato SWOT analýza je provedena z pohledu podnikatelské organizace, která uvažuje o využití tohoto marketingového nástroje.

Mezi **silné stránky affiliate marketingu** se řadí:

- Aktivita v rámci prodeje je na partnerech
- Nízké náklady na získání zákazníků, resp. realizaci objednávek
- Bezplatná propagace značky a produktů na různých místech na internetu
- Využití synergických efektů z kombinace různých partnerů (blogy, sociální sítě, influenceři atd.)
- Jednoduché hodnocení výkonnosti
- Odpadá nutnost know-how

Mezi **slabé stránky affiliate marketingu** patří:

- Omezená časová platnost odkazů
- Nutnost využití cookies
- Nutnost optimálního nastavení provize
- Nutnost dispozice softwarovým či jiným řešením
- Nutnost neustálého vyhodnocování a optimalizace programu affiliate marketingu
- Nutnost komunikace s partnery
- Snižování zisku podniku (je nutné platit provizi)
- Zákaznický servis musí realizovat organizace

Mezi **příležitosti pro affiliate marketing** lze zařadit:

- Rozvoj nástrojů internetového marketingu, který může zdokonalovat affiliate marketing
- Poptávky po affiliate marketingu

Mezi **hrozby pro affiliate marketing** řadíme:

- Další legislativní regulace cookies a podobných nástrojů
- Nevhodné chování partnera (zkompromituje značku, uvede nepravdivé informace)

## **Vyhodnocení SWOT analýzy**

Z uvedené analýzy příležitostí, hrozeb, silných a slabých stránek využití affiliate marketingu je zřejmé, že organizacím nabízí několik klíčových výhod, které mají charakter silných stránek a příležitostí. Nevýhody zase mají podobu slabých stránek a hrozeb. Vzhledem k povaze jednotlivých faktorů lze doporučit, aby došlo k využití affiliate marketingu, protože silné stránky vytváří prostor pro generování zisku a slabé stránky nejsou kritického charakteru. Lze je průběžně eliminovat, a stejně tak lze rozvíjet silné stránky. Hrozby nejsou tak problematické, aby je nešlo eliminovat. Z těchto důvodů by žádná organizace neměla opomíjet možnosti využití affiliate marketingu, pokud tedy působí na internetu. Pro každý internetový obchod může jít o zajímavý zdroj příjmů. Stejně jako každý partner může získávat provizi z realizovaných objednávek, pokud dokáže vhodně produkty propagovat.

### 3. Praktická část

Během studia oboru online marketing na Vysoké škole kreativní komunikace mne zaujal pojem affiliate marketing. Vždy jsem si přál cestovat a současně vydělávat peníze nezávisle na místě, kde se nacházím. Věděl jsem, že v online prostředí je to možné, ale byl to pro mne příliš obecný pojem. V affiliate marketingu vidím příležitost, jak dosáhnout zajímavého výdělku bez nutnosti vysokého počátečního kapitálu či vlastního produktu, a proto jsem se rozhodl využít bakalářskou práci k pokusu o splnění si svého snu. Vytvořím internetový obchod, který bude propagovat již existující produkty či služby a vyjednáám s jejich majiteli provizi za konverzi/prodej. To znamená, že nevyužiji již existující affiliate program, ale vytvořím si svůj vlastní.

Rozhodl jsem se pro propagaci zábavných aktivit pro skupiny turistů v Praze a zaměřím se na cílovou skupinu rozluček se svobodou. Bývalý spolužák ze střední školy David Dostál je programátor, který dle mých požadavků internetový obchod naprogramuje.

Za cíl v praktické části jsem si zadal vytvoření vlastního affiliate programu, který se bude zabývat propagací nasmlouvaných partnerů a následným prodejem jejich služeb na vytvořeném internetovém obchodě za nasmlouvané provizní částky.

Po napsání teoretické části a vytvoření vlastního internetového obchodu jsem si po konzultaci s vedoucím práce uvědomil, že jsem nevytvořil affiliate program, nýbrž pouze internetový obchod, který se zabývá přeprodejem služeb s výdělkem prostřednictvím prodeje za provizi. Výsledkem je funkční webová stránka.

Nejedná se tedy o typický affiliate program. Abych splnil stanovený úkol, spojil jsem se s firmou VITAORA s.r.o, která potřebovala vytvořit typický affiliate program pro své webové stránky, aby zákazníci a partneři mohli jednoduše získávat odměny (provize) za přeprodej či v tomto konkrétním případě přeposlání unikátního odkazu s produktem.

Společnost VITAORA s.r.o se věnuje primárně prodejem lahví a filtrů na vodu prostřednictvím webové stránky [www.vitaora.cz](http://www.vitaora.cz).

Na přelomu let 2016-2017 spustila společnost VITAORA s.r.o. svůj první elektronický obchod [pijmevodu.cz](http://pijmevodu.cz) na platformě Wordpress. V této době došlo k nákupu affiliate modulu, který byl, přes značná omezení (např. jednotná provize pro všechny partnery a produkty),

využíván partnery, kteří pomocí unikátního odkazu mohli rozesílat kontakt na společnost a její produkty svým známým a klientům.

S rozvojem společnosti došlo v roce 2020 k přechodu na doménu vitaora.cz a krabicové řešení Shoptet. S přechodem však souvisel zásadní problém v oblasti affiliate marketingu. Shoptet nabízel pouze tzv. provizní systém, který nevyužívá volně rozesílatelné unikátní odkazy, ale pouze bannery ve formě HTML kódů. Tato situace firmě VITAORA pozastavila snahu o vedení affiliate marketingu, protože jejími partnery byli v naprosté většině případů nadšenci produktů VITAORA, kteří je různým způsobem šířili, nicméně neměli vlastní webové stránky, kam by umístili jakýkoli banner.

V červenci 2023 nastává zásadní posun společnosti, veškerá distribuce e-shopových i partnerských objednávek je posunuta na externího partnera. Technickou podmínkou pro nastavení spolupráce je další přechod na nové e-shopové řešení, jež využívá distribuční společnosti, konkrétně platformu PrestaShop.

Po přechodu a zajištění všech funkcí nového řešení přišel v první polovině roku 2024 prostor pro návrat ke klasickému a tradičnímu affiliate programu, protože existuje řada společností nabízejících modul affiliate pro tuto platformu. Nabídl jsem se majiteli firmy panu ing. Kvidovi Kuželkovi, že mu pomohu s výběrem vhodného modulu dle jeho požadavků a pomohu mu s instalací, nastavením a spuštěním.

Po úvodním videohovoru jsem zjistil následující:

Společnost potřebovala najít modul, který dokáže:

- 1) Generovat unikátní partnerské odkazy, jež lze šířit např. pomocí emailové schránky.
- 2) Nastavit individuální výši provize u jednotlivých produktů. Konkrétně se jedná o 3 sazby: 8%, 5% a 0%.
- 3) Mít přehlednou administraci pro přehled o odměnách, prodejích a to jak pro vlastníka webové stránky, tak pro partnery.

Nastavení rozdílných provizí byl naprosto zásadní požadavek, neboť firma potřebuje přistupovat k provizím citlivě v závislosti na dodavateli (a rozdílné výši marže u jednotlivých produktových kategorií) a především potřebuje poskytnout nižší provizi u produktů s dočasně sníženou, akční cenou.

Klíčovou záležitostí byl výběr optimálního modulu splňujícího výše popsané nároky na funkčnost systému. PrestaShop jich nabízí pět, takže ze všeho nejdříve bylo třeba vybrat ten nejvhodnější.

## Vyběr affiliate programu

### 1. All-in-one Rewards: loyalty, referral, affiliation od Community developer

- Nabízí komplexní řešení pro věrnostní programy, odměny za doporučení a affiliate marketing.
- Funkce zahrnují odměny za nákupy, doporučení přátel a affiliate odkazy.
- Počáteční cena 280 EUR + 6,67 EUR měsíčně
- Hodnocení: 4,5/5, 260 recenzí
- Angličtina

### 2. Extended Affiliate Program RefPRO od Community developer

- Zaměřuje se na rozšířené možnosti affiliate marketingu s přehlednými statistikami a správou affiliate partnerů.
- Umožňuje nastavit různé provize a odměny pro partnery.
- Počáteční cena 168 EUR + 4 EUR měsíčně
- Hodnocení: 4,8/5, 86 recenzí
- Angličtina

### 3. Loyalty, referral & affiliate program (reward points) od PrestaHero

- Kombinuje věrnostní program, doporučení a affiliate marketing s možností odměn v podobě bodů.
- Jednoduchá integrace a správa odměn.
- Počáteční cena 168 EUR + 4 EUR měsíčně
- 4,9/5, 103 recenzí
- Čeština

### 4. Full Affiliates od Community developer

- Nabízí plně vybavený affiliate program s možností sledování a vyplácení provizí.
- Podpora více měn a jazyků, ale nemá češtinu.
- Počáteční cena 140 EUR + 3,33 EUR měsíčně
- Hodnocení 4,5/5, 43 recenzí
- Angličtina

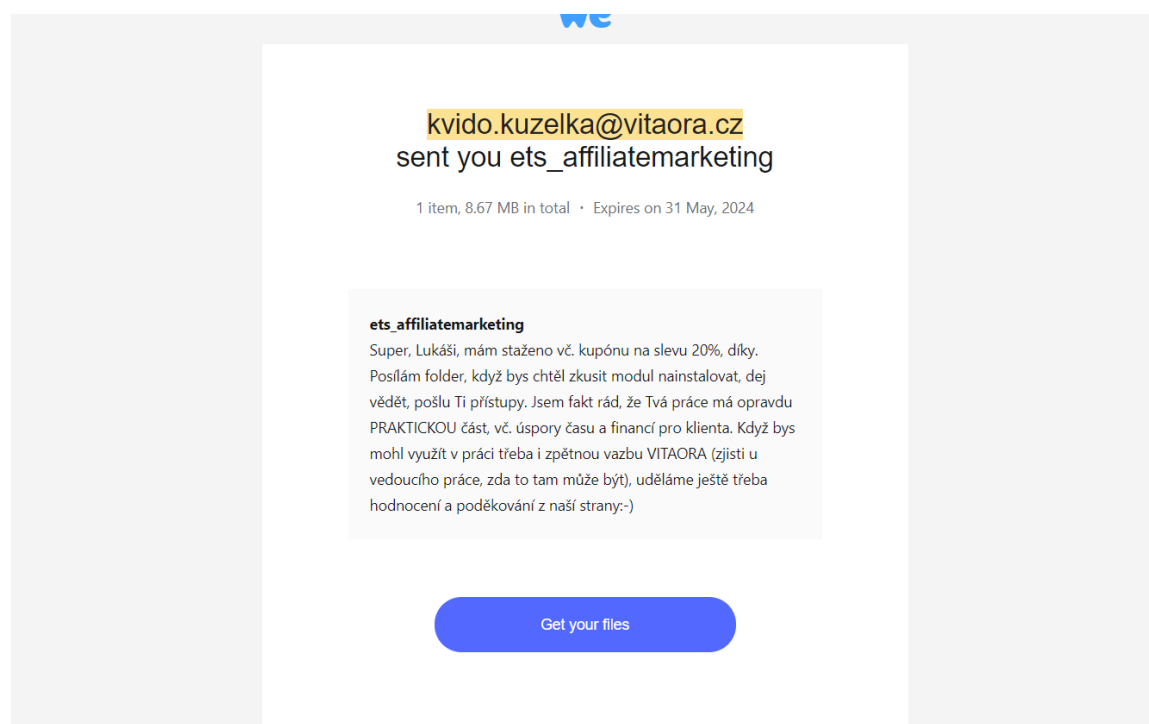
### 5. Referral & Affiliate program (reward, loyalty, coins) od FME Modules

- Kombinuje affiliate program s věrnostními a doporučujícími odměnami, včetně virtuálních mincí.
- Počáteční cena: 69 EUR + 1,67 EUR měsíčně
- Hodnocení: 4,1/5 (20 recenzí)

- Angličtina<sup>66</sup>

Klient se nakonec rozhodl pro variantu číslo 3 od PrestaHero, která jako jediná nabízí modul v českém jazyce. Jedná se o komplexní a obsáhlý affiliate program, který splňuje veškeré předem stanovené požadavky a zároveň dokáže partnery odměnit nejen za prodeje přes unikátní odkaz, ale i za nákup produktů na eshopu (tzv. loyality program) nebo za doporučení nového affiliate partnera (tzv. referral program).

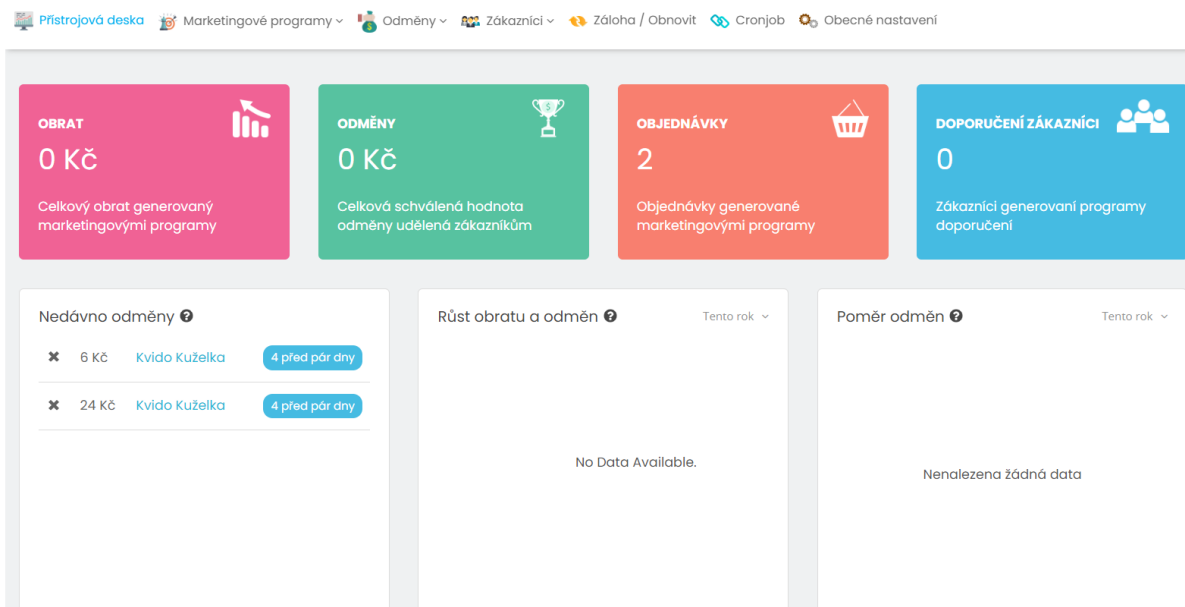
Před zakoupením modulu jsem kontaktoval zákaznickou podporu PrestaHero, abych se ujistil, že obsahuje veškeré požadavky klienta a poptal jsem slevový kód. K mé radosti a hlavně k radosti pana Kuželky (klienta) získal slevu 20%, takže z původních 150 EUR se zaplatilo pouze 120 EUR.



Obrázek 6 Poděkování od klienta

Po zakoupení a jednoduché instalaci modulu v PrestaShopu bylo potřeba modul nastavit. Od pana Kuželky jsem si vyžádal excelovou tabulku se seznamem produktů s výší provize pro partnery. Poté jsem v administraci provize nastavil.

<sup>66</sup> PrestashopAddons[online]. Dostupné z: [https://addons.prestashop.com/en/search?search\\_query=affiliate](https://addons.prestashop.com/en/search?search_query=affiliate)



Obrázek 7 Přístrojová deska affiliate programu v redakčním systému Prestashop

Společně s panem Kuželkou (klientem) jsme pak vytvořili zkušebního affiliate partnera a prošli kompletní proces od generování a poslání odkazu potenciálnímu zákazníkovi, přes objednávku klienta až po zaznamenání reálné výše provize v konkrétním affiliate účtu.

**AFFILIATE PROGRAM** Přidružené produkty Můj prodej

Prodávajte naše affiliate produkty, abyste získali provize. Každý produkt v níže uvedené tabulce je k dispozici pro partnerský program a je připojen k vašemu „affiliate odkazu“. Sdílejte tyto odkazy se svými přáteli přes Facebook, Twitter, E-mail, Blog, Google Adwords atd. Když některý z vašich přátel zakoupí produkty, získáte provizi z prodeje

ID	Obraz	Produkt	Cena	Sazba provize	Facebook
14		2x i9 + i9 kartáč <a href="https://vitaora.cz/2x-i9-i9-kartac?affp=1">https://vitaora.cz/2x-i9-i9-kartac?affp=1</a>	2 897 Kč	145 Kč (5 %)	
122		3D energetický štítek - HARMONIE PROSTORU <a href="https://vitaora.cz/3d-energeticky-stitek-">https://vitaora.cz/3d-energeticky-stitek-</a>	1 999 Kč	160 Kč (8 %)	
15		3D energetický štítek - LEDNICE <a href="https://vitaora.cz/3d-enegeticky-stitek-l">https://vitaora.cz/3d-enegeticky-stitek-l</a>	1 999 Kč	160 Kč (8 %)	
16		3D energetický štítek - MIKROVLNNÁ TROUBA <a href="https://vitaora.cz/3d-enegeticky-stitek-n">https://vitaora.cz/3d-enegeticky-stitek-n</a>	1 999 Kč	160 Kč (8 %)	
17		3D energetický štítek - MOBILNÍ TELEFON (junior) <a href="https://vitaora.cz/3d-energeticky-stitek-">https://vitaora.cz/3d-energeticky-stitek-</a>	999 Kč	80 Kč (8 %)	
18		3D energetický štítek - MOBILNÍ TELEFON (měď) <a href="https://vitaora.cz/3d-stitek-mobilni-tele">https://vitaora.cz/3d-stitek-mobilni-tele</a>	999 Kč	80 Kč (8 %)	

Obrázek 8 Administrace affiliate programu z pohledu partnera



**AFFILIATE PROGRAM**
Přidružené produkty
Můj prodej

ID	Produkt	Odbyt	Objednávky	Získávání odměn	Pohledy	Míra konverze
66	Ryzí Keltská sůl HRUBÁ 200g	1	1	6 Kč	1	100%
20	Alkalický filtr BÍLÝ	1	1	24 Kč	1	100%

**Celka**

Časový rozsah

Po celou dobu

Obrázek 9 Testovací objednávky s odměnou pro affiliate partnera

Po vytvoření účtu na webové stránce [www.vitaora.cz](http://www.vitaora.cz) dostává uživatel možnost zažádat o možnost zpřístupnění affiliate programu. Po schválení administrátorem se zobrazí seznam produktů viz obrázek č. 4. Partner jednoduše zkopíruje unikátní odkaz jednotlivého produktu a zašle jej potenciálnímu zákazníkovi. Po dokončeném nákupu partner získá provizi dle nastavených odměn viz obrázek č.5.

## 4. Závěr

Bakalářská práce se zabývala tématem výhod a nevýhod affiliate marketingu v České republice a zahraničí. V teoretické části byl definován pojem marketing a affiliate marketing. Dále se tato část zaměřila na srovnání affiliate sítí a programů v České republice a zahraničí, přičemž se ukázalo, že zahraniční trhy jsou v tomto ohledu výrazně rozvinutější a nabízejí výhodnější možnosti pro partnery i inzerenty.

V závěru teoretické části byla provedena SWOT analýza, která poukázala na silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby spojené s affiliate marketingem. Z analýzy vyplynulo, že zatímco zahraniční trhy poskytují bohatší zkušenosti a technologie, český trh nabízí specifické výhody, jako je menší konkurence a možnost rychlejšího navázání osobních kontaktů s partnery.

Výstupem bakalářské práce je praktická část, která se zabývala vytvořením funkčního affiliate programu pro konkrétního klienta. V tomto procesu jsme s klientem postupovali od základních požadavků, jako je možnost nastavení různých provizí pro jednotlivé produkty, až po zajištění přehledného systému sledování prodejů a odměn pro partnery i administrátora. Úspěšně se podařilo vytvořit systém, který umožňuje partnerům propagovat produkty pomocí unikátních odkazů a slevových kódů, aniž by museli provozovat vlastní webové stránky.

Před implementací programu na platformě Prestashop bylo nejprve nutné vybrat vhodný modul, který by vyhovoval všem požadavkům klienta, včetně jazykové podpory a možnosti nastavování různých provizí. Po testování a optimalizaci byl program úspěšně spuštěn a partneři byli schopni využívat všech jeho výhod.

Implementace a zprovoznění nového affiliate programu bylo úspěšně dokončeno ke spokojenosti klienta. Díky získaným znalostem administrace eShopových prostředí a cílevědomému přístupu se podařilo během krátké doby spustit program, který byl dříve kvůli jiným prioritám odkládán. Rozhodnutí podpořit studenta při vypracování bakalářské práce se ukázalo jako přínosné, což umožnilo firmě efektivně a ekonomicky realizovat tento projekt.

Závěrem lze říci, že affiliate marketing představuje účinný nástroj pro zvýšení prodeje a rozšíření povědomí o značce, a to jak na českém trhu, tak v zahraničí. Výsledky bakalářské práce ukazují, že i na méně rozvinutých trzích lze dosáhnout úspěchu pomocí dobře navrženého a implementovaného affiliate programu.

## 5. Seznam použité literatury a internetových zdrojů

AFFILBOX. Affilbox. *www.affilbox.cz* [online]. 2022 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.affilbox.cz/>

ALZA.CZ. Affiliate Alza.cz. *Affiliate.alza.cz* [online]. 2022 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://affiliate.alza.cz/>

ALZA.CZ. Základní otázky. *Affiliate.alza.cz* [online]. 2022 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://affiliate.alza.cz/Home/Help>

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a JANEČEK, Petr. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 3. přepracované a rozšířené vydání. Expert (Grada). Praha: Grada Publishing, 2023. ISBN 978-80-271-3722-0.

JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7.

JURÁŠKOVÁ, Olga, HORŇÁK, Pavel. *Velký slovník marketingových komunikací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 271 s. ISBN 978-80-247-4354-7.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada, 2018. ISBN 978-80-247-5869-5.

KOTLER, Philip, KELLER, Kevin Lane. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013, 814 s. ISBN 978-80-247-4150-5.

MACHKOVÁ, Hana a Martin MACHEK. *Mezinárodní marketing*. 5. vydání. Praha: Grada Publishing, 2021. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-3006-1.

MALL.CZ. Affiliate program MALL.CZ. *Www.mall.cz* [online]. 2022 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://www.mall.cz/affiliate-program>

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky. 2.*, aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-2034-5.

MIKULÁŠKOVÁ, Petra a Mirek SEDLÁK. *Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod.* Brno: Computer Press, 2015. ISBN 978-80-251-4383-4.

PERZYNSKA, Kasia. Affiliate Marketing: The Ultimate List of Pros and Cons. *Partners.livechat.com* [online]. 2021 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://partners.livechat.com/blog/affiliate-marketing-pros-and-cons/>

PROCHÁZKA, Tomáš a ŘEZNÍČEK, Josef. *Obsahový marketing.* Brno: Computer Press, 2014. ISBN 978-80-251-4152-6.

PRUSSAKOV, Evgenii. *Affiliate program management: an hour a day.* 1st ed. Indianapolis, Ind.: Wiley Technology Publishing, 2011, xxxii, 424 p. ISBN 04-706-5173-3.

PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace. 2.*, zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.

RASTAS, Johannes. Useful affiliate marketing statistics. *Supermetrics.com* [online]. 2020 [cit. 2022-03-17]. Dostupné z: <https://supermetrics.com/blog/affiliate-marketing-statistics>

ROŽENSKÝ, Mário. *Jak prodat více díky affiliate marketingu: využijte všechny výhody affiliate marketingu ve svůj prospěch a vybudujte si armádu obchodníků, kteří budou pracovat za vás.* Vyd. 1. Jihlava: Baroque Partners, 2014, 175 s. ISBN 978-80- 87923-02-3.

SÁLOVÁ, Anna. Affiliate marketing: Příležitosti a úskalí podle Ondřeje Martinka. *Foxentry.com* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z:

<https://foxentry.com/cs/blog/affiliate-marketing-prilezitosti-a-uskali-podle-ondreje-martinka>

SCHIFFMAN, L. - KANUK, L. - WISENBLIT, J. Consumer behavior: global edition. 10th ed. Boston: Pearson Prentice Hall, 2010, 592 s. ISBN 9780137006700

STUDENÝ, Robert. Příručka marketéra: Affiliate marketing a jak s ním začít. *Tyinternety.cz* [online]. 2018 [cit. 2022-03-25]. Dostupné z: <https://tyinternety.cz/prirucka-marketera/prirucka-marketera-affiliate-marketing-a-jak-s-nim-zacit/>

STŘÍTESKÝ, Václav. Marketing management. Beckovy ekonomické učebnice. V Praze: C.H. Beck, 2023. ISBN 978-80-7400-897-9.

ŠÍMA, Jan; VORÁČEK, Josef a OPELÍK, Daniel. Reklama a marketing ve sportu. [Praha]: Vysoká škola ekonomie a managementu, 2023. ISBN 978-80-88502-46-3.

WRIGHT, CH. *Affiliate Marketing: Secrets - How to Start a Profitable Affiliate Marketing Business and Generate Passive Income Online, Even as a Complete Beginner*. UK: Alakai Publishing LLC, 2020.

## 6. Seznam obrázků a tabulek

Tabulka 1 Příklady provizí v affiliate programu mall.cz

Příklady provizí v affiliate mall.cz	
Kategorie zboží	Provize
Velká bílá technika	1%
Malá bílá technika	3%
Videotechnika	0,50%
Audiotechnika	2%
Foto technika	1%
Mobilní a komunikační technika	0,50%
PC technika	0,50%
Sportovní a outdoorové vybavení	6%
Cyklistické vybavení	6%
Dům a zahrada	3%
Hračky	3%
Chovatelské potřeby	5%
Domácnost a styl	5%
Zdraví a krása	5%
Péče o dítě	2%
Značkové oblečení	8%

Obrázek 3 Schéma činnosti mateřské firmy a jejich affiliate partnerů, str. 10.

Obrázek 4 Vývoj tržeb affiliate marketingu v USA + prognóza vývoje, str. 12.

Obrázek 4 Přehled administrace v Alza Affiliate (obrázek z webu Alza.cz), str. 19

Obrázek 5 princip prodeje v partnerském programu MALL.CZ (obrázek z webu MALL.CZ), str. 24

Obrázek 6 Poděkování od klienta, str. 39

Obrázek 7 Přístrojová deska affiliate programu v redakčním systému Prestashop, str. 40

Obrázek 8 Administrace affiliate programu z pohledu partnera, str. 40.

Obrázek 9 Testovací objednávky s odměnou pro affiliate partnera, str. 41.