

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Teze k diplomové práci

**Využití webových analytických nástrojů pro elektronický
obchod**

Tomáš Budík

Vedoucí: Ing. Alexandr Vasilenko

© 2015 ČZU v Praze

Souhrn

Práce se zabývá využitím webových analytických nástrojů pro elektronický obchod. Pojem elektronický obchod zahrnuje takřka jakýkoliv vztah nabídky s poptávkou na internetu. Cílem práce je zaměřit se na použití analytických nástrojů pro konkrétní webové stránky s nabídkou služeb. Tento dokument popíše význam nejpoužívanějšího analytického nástroje společnosti Google jménem Google Analytics. V samostatné části jsou zde uvedeny základní informace o tomto nástroji, průběh jeho instalace a jeho jednotlivé funkce. Dále byly zkoumány související nástroje Google Analytics k propagaci webových stránek jako je Google AdWords, Sklik, Facebook a popis jednotlivých kanálů on-line marketingu.

V praktické části byl proveden rozbor aplikovaných metod a postupů. Získaná data byla zpracována pomocí Google Analytics a byl vytvořen přehled a vyhodnocení zjištěných výsledků.

Klíčová slova

E-shop, Google Analytics, marketing, návštěvník, obrat, produkt, reklama

Úvod

E-shop neboli internetový obchod patří v současnosti mezi jeden z hlavních obchodních kanálů k prodeji produktů a služeb na internetu. Kdo chce v dnešní době podnikat v širším zájmu a získávat nové zákazníky, musí bezpodmínečně prezentovat svojí nabídku na internetu. Web je užitečný v jeho měřitelnosti. Jedná se dokonce o vůbec nejlépe měřitelný komunikační kanál. Našeho koncového zákazníka sice nemáme možnost vidět naživo, nevidíme, jak se tváří na naše produkty a jak je spokojený, o to více ale můžeme jeho jednotlivé kroky sledovat a analyzovat. Máme přehled například o tom, kolik času strávil na našem webu, jestli se k nám vrací opakovaně, o jaký druh našich produktů má největší zájem, jak je spokojený s našimi službami a další nedocenitelné podněty.

A právě touto problematikou se zabývá webová analytika. Poskytuje nám přehled o chování našeho zákazníka a v současné době se nelze bez těchto analýz obejít. Je zapotřebí ovládat webovou analytiku a právě o tom je tato práce. Seznámit nás s tímto pojmem, jejími nástroji a zároveň i ukázat v praxi, jaké reálné výstupní informace dokážeme získat a zpracovat.

Cíl práce a metodika

Cílem práce je analyzovat možnosti využití webových analytických nástrojů se zaměřením na elektronický obchod nebo firemní prezentaci. Každý web lze totiž na internetu analyzovat a získávat o něm různá statistická data. Rovněž už neplatí, že jedinou účelnou reklamou je pouze inzerce v novinách, rádiu nebo šikovně natočený TV spot. Reklama se dá velmi účinně dělat i v on-line prostředí a dokáže být častokrát mnohem účelnější. Díky těmto všem aspektům, se zrodila webová analytika. Uznávaným nástrojem v tomto oboru se stal analytický nástroj Google Analytics, který bude také po právu nejvíce vysvětlen. V práci budou zhodnoceny jeho jednotlivé funkce, instalace a jeho implementace do webového prostředí. Zmíněny budou i podpůrné propagační nástroje. Zároveň nás seznámí i s dalšími kanály on-line marketingu jako SEO optimalizací webu pro vyhledávače, SEM – Marketingem ve vyhledávačích, dále marketingem přes e-mail, partnerský marketingem, katalogový marketingem, sociálními médii nebo klasickým off-line marketingem.

V praktické části budou provedeny aplikace jednotlivých funkcí Google Analytics pro získání požadovaných výstupů. Dojde k vytvoření reklamních kampaní pomocí nástrojů Google AdWords, Sklik, Facebook nebo v rámci katalogového marketingu registraci na portálech Firmy.cz a ABC Českého hospodářství. Součástí bude také SEO optimalizace testovaných webových stránek. Ze získaných údajů budou vyvozeny závěry a doporučení, jak v budoucnu dále postupovat, aby náš projekt i nadále prosperoval a získával nové obchodní příležitosti.

Výsledky a diskuse

Výsledkem práce bylo praktické využití analytického nástroje a podrobná analýza návštěvníků testované webové stránky za pomoci nástroje Google Analytics. Byla provedena SEO optimalizace, která přispěla k významnému zlepšení pozice webu v internetových vyhledávačích. V rámci testování reklamních nástrojů se ukázal, jako nejvíce účelný Google AdWords spolu s Facebookem. Díky propagaci webových stránek došlo k nárůstu návštěvníků v kamenné prodejně společnosti Woodal s.r.o. a také získala nabídku velmi lukrativní zakázky.

Závěr

Cílem této práce bylo ukázat využití webových analytických nástrojů v praxi. Práce nás měla seznámit s tématem o webové analytice, jejich funkcích a využití. Provést nás jednotlivými typy online marketingu a ukázat nám postupy, jak zvýšit naši webové stránce návštěvnost pro následné analyzování. Práce byla zaměřena především na analytický nástroj Google Analytics, který již dlouhodobě vykazuje převahu na trhu s webovými nástroji.

Stránka za poměrně krátkou testovací dobu získala přibližně o 150% větší návštěvnost, která se promítla do získaných kontaktů, větší návštěvnosti kamenné prodejny a lepší prodejnosti s příslibem významné zakázky. Význam webové analytiky nemůže nikdo v dnešní době přehlížet. Informace o svých návštěvnicích jsou pro elektronický obchod to nejcennější a nelze bez nich zjistit, jaký význam v záplavě konkurenčního boje má náš obchod a jaké požadavky od nás naši zákazníci očekávají.

Seznam použitých zdrojů

Tonkin, Sebastian, Whitmore, Caleb a Cutroni, Justin. *Výkonnostní marketing s Google Analytics*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3339-2

Clifton, Brian. *Google Analytics*. Brno : Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-2231-0

Avinash, Kaushik. *Webová analytika 2.0*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-2964-7

Horton, John. *Presta Shop*. Brno : Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3441-2.

Kotler, Philip, Saunders, John a Armstrong, Gary. *Moderní marketing*. Praha : Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

Janouch, Viktor. *Internetový marketing*. Brno : Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2795-7