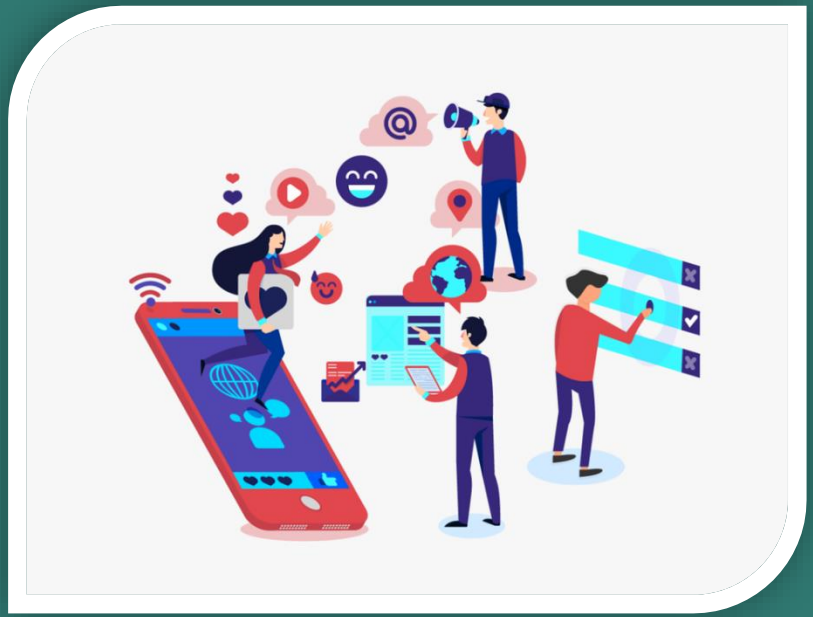
E-marketing



SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Ing. Radka Bauerová, Ph.D.

Seminář č. 7

11. 11. 2021

CÍLE SEMINÁŘE

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

1. Zopakovat si základní pojmy z přednášky formou testových otázek
2. Konzultovat úkoly z těchto přednášek:
   - Obsahový marketing
   - Vývoj a současný stav forem a prostředků marketingu v interaktivním prostředí
   - Vybrané online nástroje mar. komunikace
   - Cenové strategie a taktiky v rámci E-marketingu
   - Proces akvizice zákazníka na internetu

RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Otázka č. 1: Co je to konverze?

Jedná se o situaci, kdy **návštěvník webové stránky vykoná provozovatelem žádanou akci**, **která má obchodní užitek** (návštěvník webu splní některý z cílů webu). Například změna návštěvníka na zákazníka u e-shopu, nebo objednání zkušební jízdy u prodejce automobilů…

RYCHLÝ TESTÍK Z PROBRANÉ PROBLEMATIKY

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

Otázka č. 2: Co je to model STDC? Popište jej.

Pokud je web zaměřený jen na prodej, nemluvíte ke skupině v jiné fázi rozhodování než té, která je již v podstatě rozhodnutá (děláte DO business).
Díky webu ale přece můžeme efektivně mluvit na zákazníka i tehdy, když právě nenakupuje.

SEE	Zákazníci, kteří ještě neuvažují o nákupu – **oslovujeme všechny** potenciální zákazníky
THINK	Zákazníci přemýšlejí a vyhledávají informace o produktech a službách – **radíme**, v čem jim může daný produkt pomoci
DO	Zákazníci jsou rozhodnuti o nákupu určitého produktu– **přesvědčujeme** v čem je naše nabídka nejlepší
CARE	Aktuální zákazníci – úkolem je z nich vytvořit zákazníka loajálního

ZADÁNÍ ÚKOLU z přednášky „Cena v onlinu“

SLEZSKÁ UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ FAKULTA V KARVINÉ

1) **Jaké konverzní prvky** můžete najít na stránce:

http://www.skoda-auto.cz/ a https://www.avon.cz/
Vypište si poznámky

2) Vraťte se ke stránkám Škodovky a Avonu.

Optikou nově získaných informací o STDC modelu **posuďte,** kolik toho v jednotlivých fázích modelu svým zákazníkům na webu nabízí.

Připravte případovou studii, kterou budete prezentovat na Facebooku ve skupině Marketing OPF Karviná.

Děkuji za pozornost a přeji pěkný den

☺