



# Marketingové využití internetu



## **Obsah dnešní přednášky**

- **Internet, web 2.0**
- **Dlouhý chvost, reputační systémy**
- **Využití internetu pro marketingové účely**
- **Webové prohlížeče a optimalizace stránek**
- **Typy reklamy**
- **Facebook**



# Internet

- *„globální počítačovou sítí, která má několik milionů účastníků a která poskytuje různé služby, zejména přístup k hypertextovým dokumentům (World Wide Web), elektronickou poštu (e-mail), audiovizuální přenos, přenos datových souborů a programů atd.*
- *Je to volně organizovaná mezinárodní spolupráce propojených autonomních sítí, která umožňuje komunikaci připojených počítačů díky dobrovolnému přijetí a dodržování standardních protokolů a procedur.*
- *Internet nikdo nevlastní ani neřídí.*
- *Neplatí pro něj hranice.“*



## Web 2.0

- *„Označuje etapu vývoje webu, kdy byl pevný obsah webových stránek postupem času nahrazen prostorem pro sdílení a společnou tvorbu obsahu.“*
- *„revoluce podnikání v počítačovém průmyslu způsobená přesunem k chápání webu jako platformy a pokus porozumět pravidlům vedoucím k úspěchu na této nové platformě. Klíčovým mezi těmito pravidly je toto: tvořte aplikace, které budou díky síťovému efektu s přibývajícím počtem uživatelů stále lepší.“*
- *„Zapřažení kolektivní inteligence.“*



# Aplikace web 2.0

- Blogger
- Twitter
- Facebook
- YouTube
- Wikipedie
- Myspice
- Lide
- Spolužáci
- ...



# Potenciál internetu a web 2.0

- Globální síť – přes 2 mld. uživatelů
- nástroj komunikace, zdroj informací a vzdělávání, prostor pro zábavu, pro podnikání, pro sdílení
- produkt , nástroj distribuce, propagace, PR, fundraisingu, procesů...
- PC, mobil, TV, navigace



## Web 2.0 – význam pro marketing

- **změna komunikačního modelu** – více na více
- **vytváření obsahu koncovými uživateli** – stírání hranice mezi autorem a čtenářem.
- **Demasifikace** - v důsledky přehlcení informacemi dochází k segmentaci trhu, produkty a služby se diferencují i reklama se soustřeďuje na stále menší tržní segmenty.



# Web 2.0 – význam pro marketing

## Dlouhý chvost (Chris Anderson)

- Internet dokáže uspokojit zákazníky poptávající i menšinové zboží
- Masová ekonomika a kultura hitů je díky internetu transformována v ekonomiku a kulturu "okrajových" produktů určených pro menšinu

Efekt dlouhodobého chvostu

- **demokratizace výrobních nástrojů**
- **demokratizace distribuce**
- **propojení nabídky a poptávky**
- **Reputační systémy**





# Webové vyhledávače

- Katalog a Fulltext
  - Indexace stránek
  - sběr titulků, popisu, nadpisů, odkazů, samotného textu, *klíčových slov*
  - Řazení výsledků (placená reklama, počet výskytů slova a ranky)
- **Optimalizace stránek - SEO**



# Reklama

- za zobrazení x za kliknutí
  - umístění, návštěvnost
- Náhodná x Sdílená x podle výsledků vyhledávání (AdWords) x kontextová (AdSense)



# Sociální sítě

*„systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů. Každý uživatel takového systému má své vlastnosti, které jsou veřejně dostupné pro další uživatele. Lidé se v rámci systému mohou vzájemně vyhledávat, a vytvářet tak virtuální „komunitu“.“*

BEDNÁŘ, V. *Jak dnes fungují sociální sítě?* Server o českém internetu Lupa

<http://www.lupa.cz/clanky/jak-dnes-funguji-socialni-site>



# Facebook

## Výhody

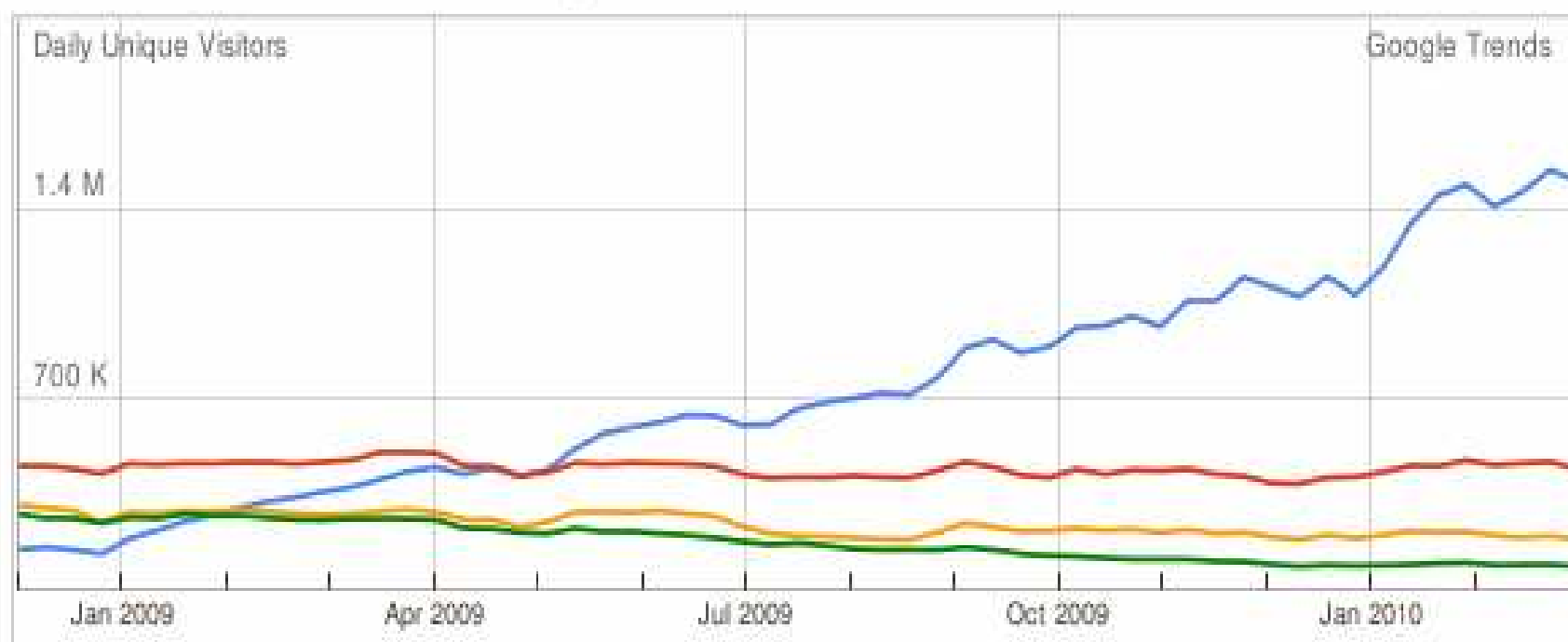
- 0,5 mld. uživatelů
- „jen pro přátele“
- Velké množství osobních dat

## Nevýhody

- Krádeže identit, kyberšikana, závislost, uživatelská vstřícnost sdílet avšak nepřehledné, měnící se nastavení soukromí

# Sociální sítě - facebook – 1,5 mil. uživatel.

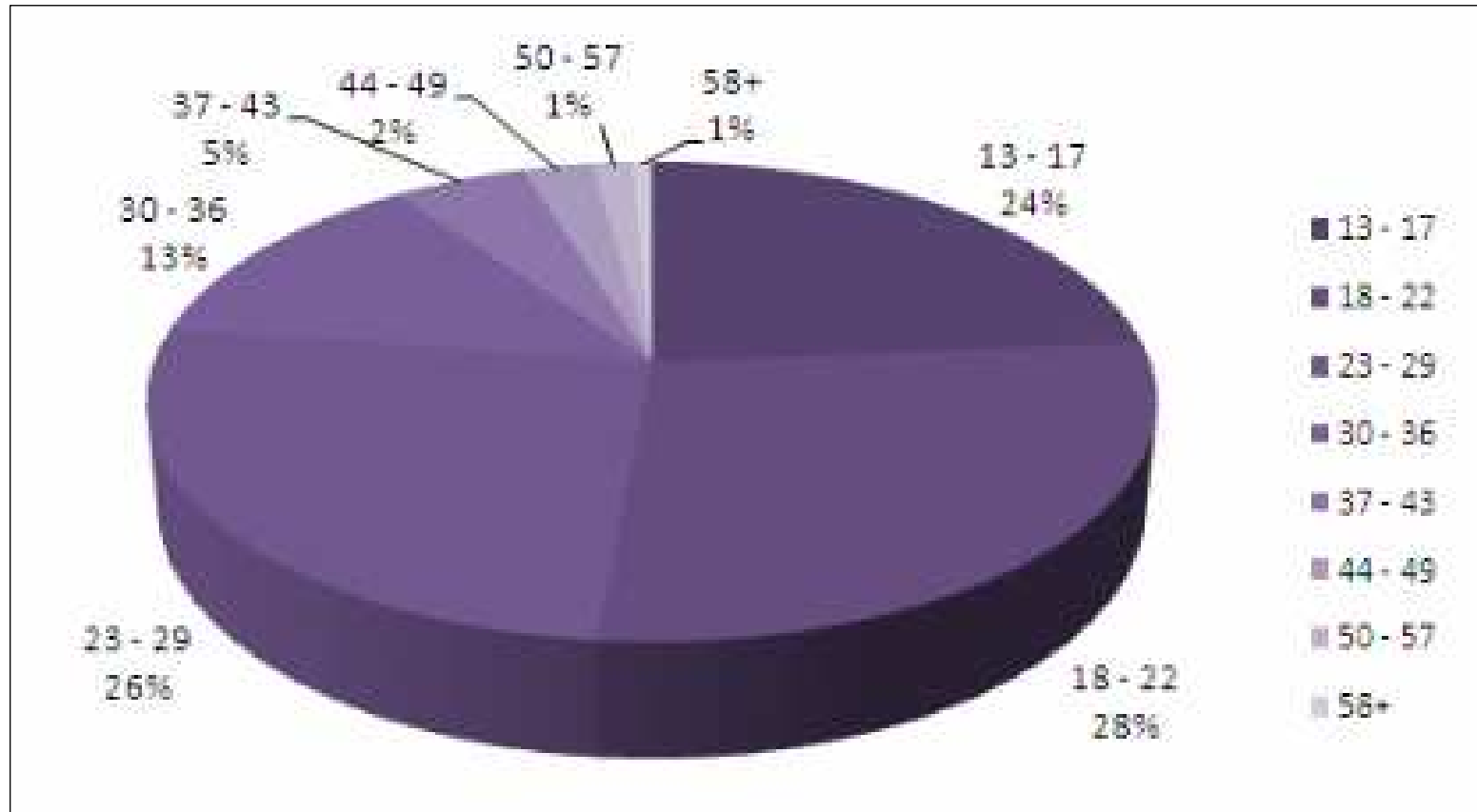
● facebook.com ● lide.cz ● spoluzaci.cz ● libimseti.cz



*Facebook je větší než Praha*, [online], [citace 28.3.2010], Dostupné z: [http://www.lidovky.cz/facebook-je-vetsi-nez-praha-ddg-/ln\\_noviny.asp?c=A090929\\_000056\\_ln\\_noviny\\_sko&klic=233501&mes=090929\\_0](http://www.lidovky.cz/facebook-je-vetsi-nez-praha-ddg-/ln_noviny.asp?c=A090929_000056_ln_noviny_sko&klic=233501&mes=090929_0)



# Sociální síť facebook – věková struktura



Candytech, *Facebook úterý – Speciál: Facebook a čísla*. [online]. [cit. 28.3.2010],  
Dostupné z: <http://www.candytech.cz/blog/35-facebook-utery--special-facebook-a-cisla/>



# Facebook - reklama

- Možnost cílit reklamu přímo na cílovou skupinu
- Možnost vybrat si zda za kliknutí či za zobrazení
- Efekt sněhové koule - vedlejší efekt I like it, reklama se sama šíří dál k přátelům fanouška.
- možnost nastavení a přizpůsobování kampaně



# Facebook - reklama

- Možnost využití nejen placené reklamy
- Události a předpokládaná návštěvnost,
- Fotky a označení lidí
- Fotky a videa pro Viral a WOM a Buz marketing
- Využití referenčních systémů





# K zamyšlení:

*Stávající poznatky k využití  
internetu v marketingu?*



# Internet v Marketingovém mixu

- Produkt
- Cena
- Distribuce
- Komunikace
- Lidé
- Procesy
- ....



# Podstata internetového marketingu a využití pro marketing

- uplatňování marketingových principů na internetu
- *„využívání služeb internetu pro realizaci či podporu marketingových aktivit“  
(Stuchlík, Dvořáček)*



# Literatura k přednášce



# Internet a marketing

- JANOUCH, V. *Internetový marketing.*, Praha: Computer press, 2010. 304s. ISBN 9788025127957
- STUHLÍK, P., DVOŘÁČEK, M. *Marketing na Internetu*, Praha: Grada Publishing, 2000. 16s. ISBN 80-7169-957-8
- ANDERSON, CH. *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. New York: Hyperion, 2006. ISBN 1-4013-0237-8
- *Facebook je větší než Praha*, [online], [citace 28.3.2010], Dostupné z:  
[http://www.lidovky.cz/facebook-je-vetsi-nez-praha-ddg-/ln\\_noviny.asp?c=A090929\\_000056\\_ln\\_noviny\\_sko&klic=233501&mes=090929\\_0](http://www.lidovky.cz/facebook-je-vetsi-nez-praha-ddg-/ln_noviny.asp?c=A090929_000056_ln_noviny_sko&klic=233501&mes=090929_0)