

## A. Projekt a jeho řízení

Název: Koncept Vánoční kampaně tlačítko Senior

Klient: Senzoor Czech, s.r.o.

Kontaktní osoba na straně klienta: Martin Štěpnička – [mstepnicka@senzoor.cz](mailto:mstepnicka@senzoor.cz), Tomáš

Hovězák – [tomas@creadot.cz](mailto:tomas@creadot.cz)

## B. Současný stav

Aktuálně byly spuštěny on-line marketingové aktivity jak akvizičního typu, tak i brandového (podpora pro obchody typu Alza.cz, Mall.cz – B2B partnerny). Běží on-line kampaně na kanálech Facebook, GoogleAds, Sklik. Zároveň je také na kanále Facebook realizována content strategie a připravována soutěž na měsíc září/říjen.

Aktuální trend je viz. Printscreens:

Primární dimenze: Věk		Akvizice			Chování			Konverze Elektronický obchod		
Věk	Uživatelé	Noví uživatelé	Návštěvy	Míra okamžitého opuštění	Počet stránek na 1 relaci	Prům. doba trvání relace	Transakce	Tržby	Konverzní poměr elektronického obchodu	
	4 023 Podíl z celku v %: 59,79 % (6 728)	3 939 Podíl z celku v %: 60,03 % (6 562)	4 938 Podíl z celku v %: 60,40 % (8 176)	83,45 % Prům. pro výběr dat: 82,55 % (1,10 %)	1,37 Prům. pro výběr dat: 1,40 (-2,20 %)	00:00:40 Prům. pro výběr dat: 00:00:46 (-12,73 %)	25 Podíl z celku v %: 56,82 % (44)	49 041,00 Kč Podíl z celku v %: 56,64 % (86 578,00 Kč)	0,51 % Prům. pro výběr dat: 0,54 % (-5,92 %)	
1. 65+	1 383 (33,97 %)	1 341 (34,04 %)	1 687 (34,16 %)	83,58 %	1,31	00:00:28	5 (20,00 %)	9 862,00 Kč (20,11 %)	0,30 %	
2. 55-64	813 (19,97 %)	788 (20,01 %)	971 (19,66 %)	84,35 %	1,38	00:00:50	6 (24,00 %)	11 733,00 Kč (23,92 %)	0,62 %	
3. 45-54	680 (16,70 %)	659 (16,73 %)	809 (16,38 %)	81,09 %	1,45	00:00:52	5 (20,00 %)	9 715,00 Kč (19,81 %)	0,62 %	
4. 25-34	543 (13,34 %)	524 (13,30 %)	673 (13,63 %)	83,36 %	1,48	00:00:42	6 (24,00 %)	11 863,00 Kč (24,19 %)	0,89 %	
5. 35-44	520 (12,77 %)	499 (12,67 %)	643 (13,02 %)	84,60 %	1,33	00:00:41	2 (8,00 %)	3 869,00 Kč (7,89 %)	0,31 %	
6. 18-24	132 (3,24 %)	128 (3,25 %)	155 (3,14 %)	84,52 %	1,34	00:00:30	1 (4,00 %)	1 999,00 Kč (4,08 %)	0,65 %	

Vysoký počet návštěvníků z řad seniorů (65+) s nízkým konverzním poměrem 0,3 %. Naopak nižší počet návštěvníků 25-34 s konv. Poměrem 0,9 % a věkové kategorie 45-64 s konv. poměrem 0,6 %.

## C. Cílový stav

Cílem je připravit samotnou vánoční kampaň tak, aby vzrostl počet nových návštěvníků na webu a zároveň vzrostl konverzní poměr elektronického obchodu (možné UX úpravy, případná úpravy komunikace na e-shopu vítána).

## D. Uskutečňované aktivity

[ODKAZ](#)

## E. Cílová skupina/persony

[ODKAZ](#)

## F. HODNOCENÍ KAMPANĚ

Kreativita řešení + využití – návrh využití – vybraných reklamních kanálů k zacílení správných skupin.

## G. TECHNICKÉ INFORMACE

Rozpočet 50 000 Kč na listopad + ½ prosince.