

# SEZNAM.CZ

## Jak vydělat na internetu



# Agenda

- Stručně o Seznamu
- Pohled na současný internet v ČR
- Monetizace internetu
- Odkazy a zdroje pro samostudium

# Vize Seznamu

*„Pracujeme na tom, aby internet byl nejsilnější české médium a na něm Seznam.cz místem první volby“*

# 14 let Seznam.cz na českém internetu (1/2)

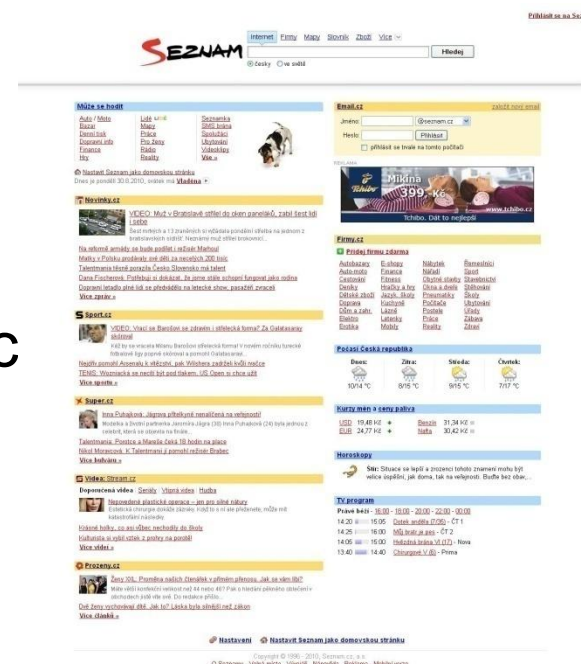
- 1996
  - Na internet je připojených cca 50.000 počítačů v ČR
  - Ivo Lukačovič zakládá Seznam (vyhledávání i první reklamní proužek)
- 1997
  - Seznam dosahuje obrátu 10 mil Kč
- 2000 - 2001
  - Přístup k internetu má cca 20-25% populace (12+)
    - 1 mil. uživatelů/měsíc na tehdy top 24 serverech
  - na Seznamu je přes 1 mil. registrovaných emailových schránek
- 2002
  - Penetrace dosahuje cca 25-30% (věk 12+, pouze ale 19% má přístup doma, vede dial-up připojení)
  - Seznam.cz přiláká týdně více než 1 mil. uživatelů
- 2003
  - Penetrace internetu je 28% u lidí ve věku 16+
  - Seznam přiláká 2 mil. unikátních uživatelů za měsíc

# 14 let Seznam.cz na českém internetu (2/2)

- 2004-2005
  - Penetrace internetu v ČR je 32%
  - Seznam poprvé navštíví 1 mil. uživatelů denně
  - Zisk portálu Seznam.cz se meziročně zvyšuje o 360%
- 2007
  - na internetu je již téměř 4,5 mil. lidí (listopad 2007)
  - Seznam nasazuje video a více začíná rozvíjet služby do mobilu
- 2008
  - Otevřena vývojová pobočka v Brně
  - Většina služeb Seznam.cz je dostupná v mobilní verzi u všech operátorů.
- 2009
  - Překonána hranice 5 mil. uživatelů internetu v ČR (duben)
  - Seznam Homepage používá téměř 2,5 mil uživatelů denně
  - z krize vychází Seznam.cz posílen s meziročním navýšením v obratu o 10%.
- 2010
  - Překonána hranice 5,5 mil. uživatelů internetu v ČR (květen)
  - Očekává se další růst příjmů

# Hlavní stránka Seznam.cz

- Hlavní stránka Seznam.cz s adresou [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz) je nejnavštěvovanější stránkou českého internetu
- Denně se zobrazí v průměru 35 milionkrát
- Počet zobrazení za měsíc je větší než 1 miliarda
- Zhruba 2,5 milionu reálných uživatelů se na ni podívá alespoň jednou denně
- cca 4,5 milionu reálných uživatelů jde na Seznam HP alespoň jednou za měsíc



# Agenda

- Stručně o Seznamu
- Pohled na současný internet v ČR
- Monetizace internetu
- Odkazy a zdroje pro samostudium

# Top 10 českého měřeného internetu

**SEZNAM.CZ**

**Novinky.cz**

**SUPER.CZ**

**stream.cz**

**MAPY.CZ**

**FIRMY.CZ**  
SEZNAM

**Sport.cz**

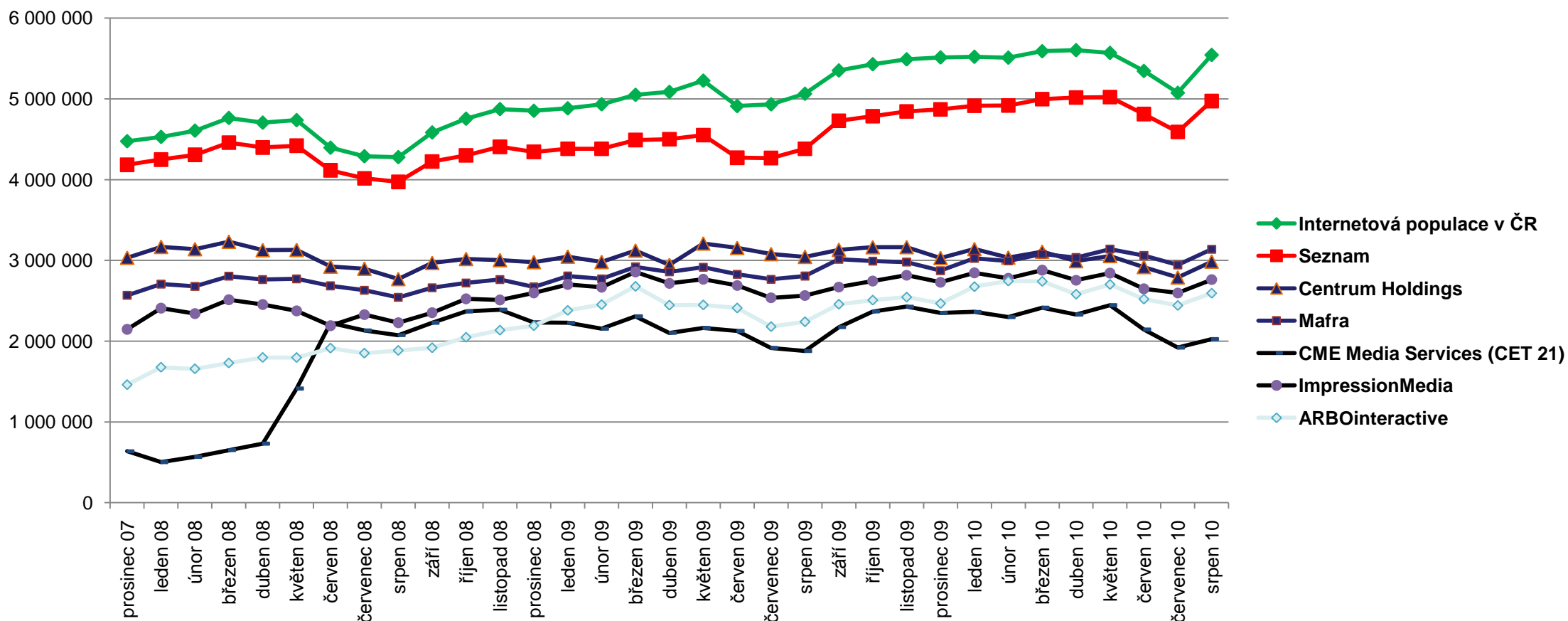
	Název	RUest	PV	Visits	ATSest
1	seznam.cz	4 508 145	633 672 347	78 011 437	4h 21m 22s
2	novinky.cz	2 426 162	50 579 248	17 107 498	32m 10s
3	idnes.cz	1 992 084	83 973 135	12 105 224	46m 33s
4	centrum.cz	1 898 933	98 274 264	14 922 446	59m 34s
5	super.cz	1 655 109	26 189 692	8 698 461	14m 01s
6	stream.cz	1 453 551	14 229 598	4 626 148	12m 28s
7	mapy.cz	1 200 532	10 771 666	3 421 359	10m 54s
8	firmy.cz	1 185 719	12 869 623	3 079 854	10m 28s
9	sport.cz	1 103 674	12 927 784	4 924 471	13m 29s
10	blog.cz	822 217	14 252 211	2 325 677	16m 29s

Zdroj: Netmonitor, 40.týden, 2010



# Růst je pozvolný a máme již sezónnost

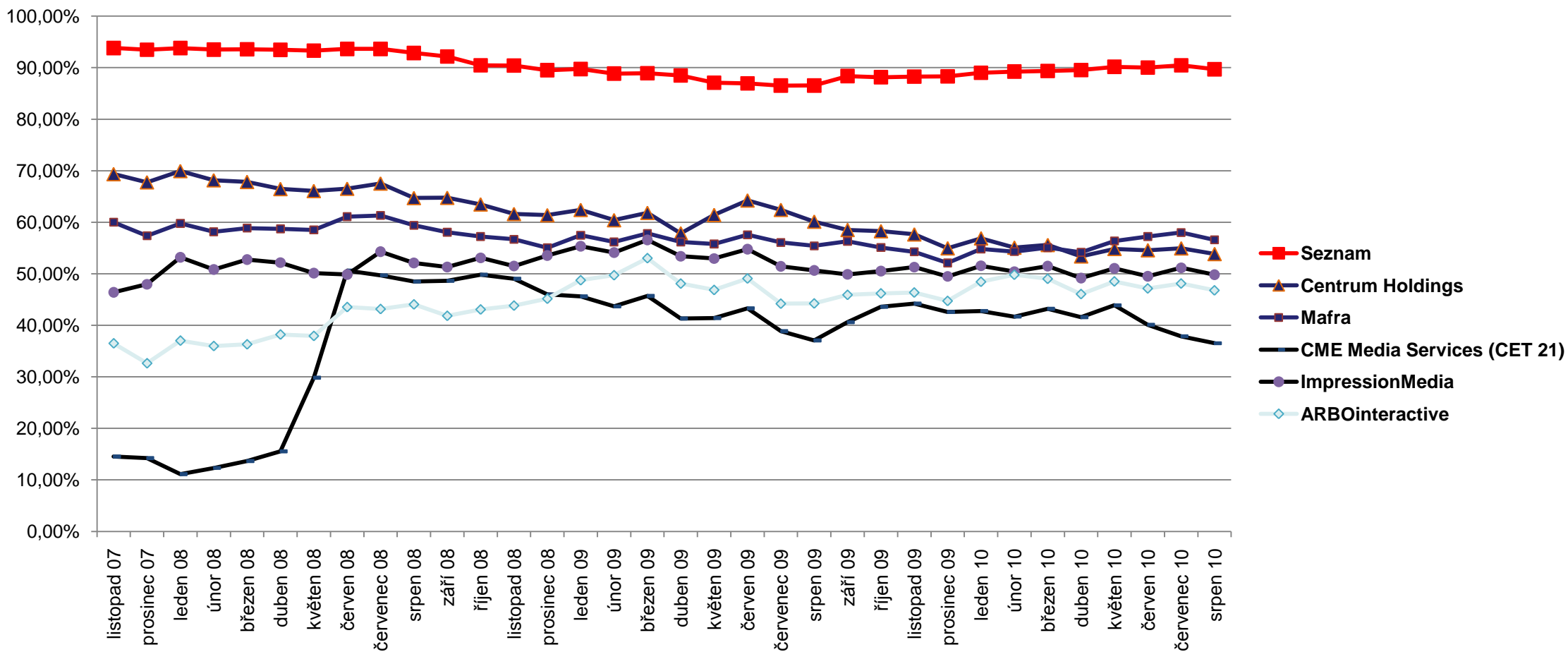
## Reální uživatelé (RU) z ČR



Zdroj: Netmonitor

# Někteří rostou, ale ne tolik na úkor jiných...

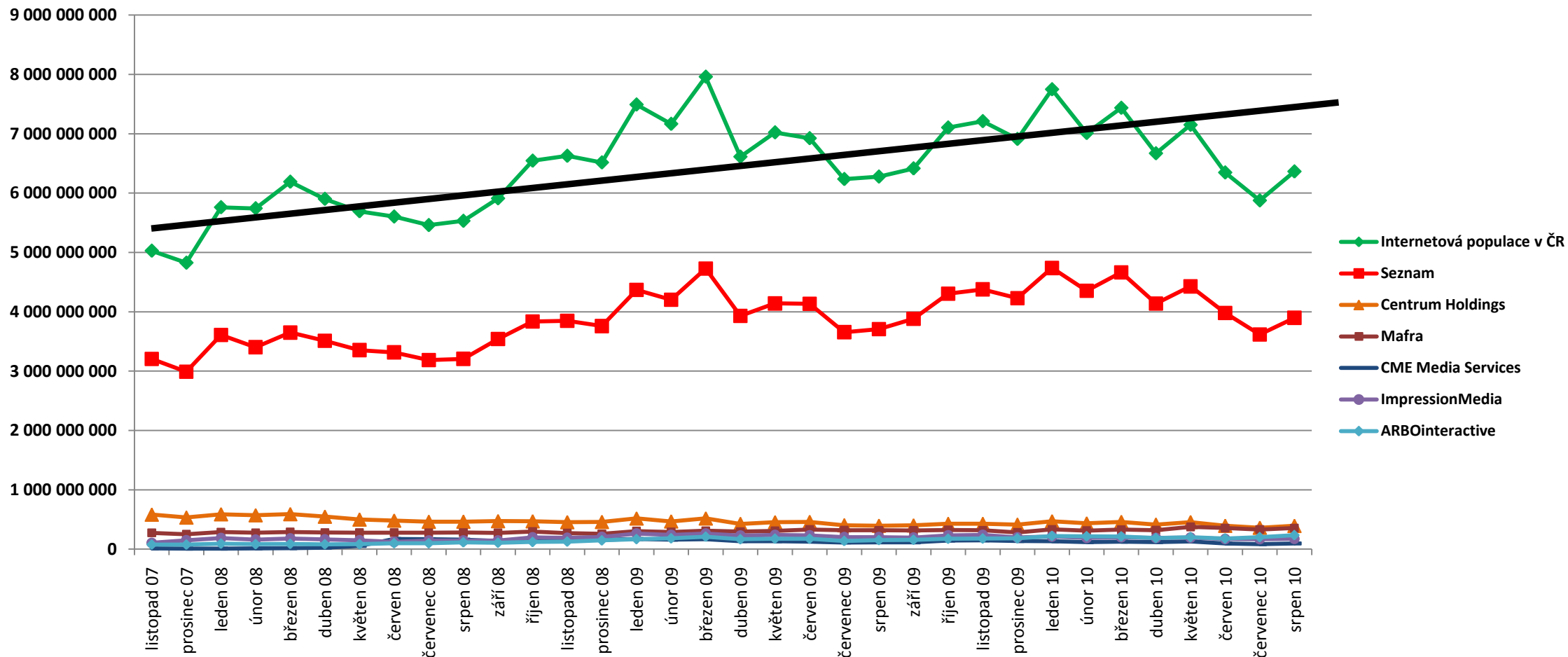
## Share návštěvnosti z ČR



Zdroj: Netmonitor

# ...protože roste míra užívání

## Počet zobrazení v ČR

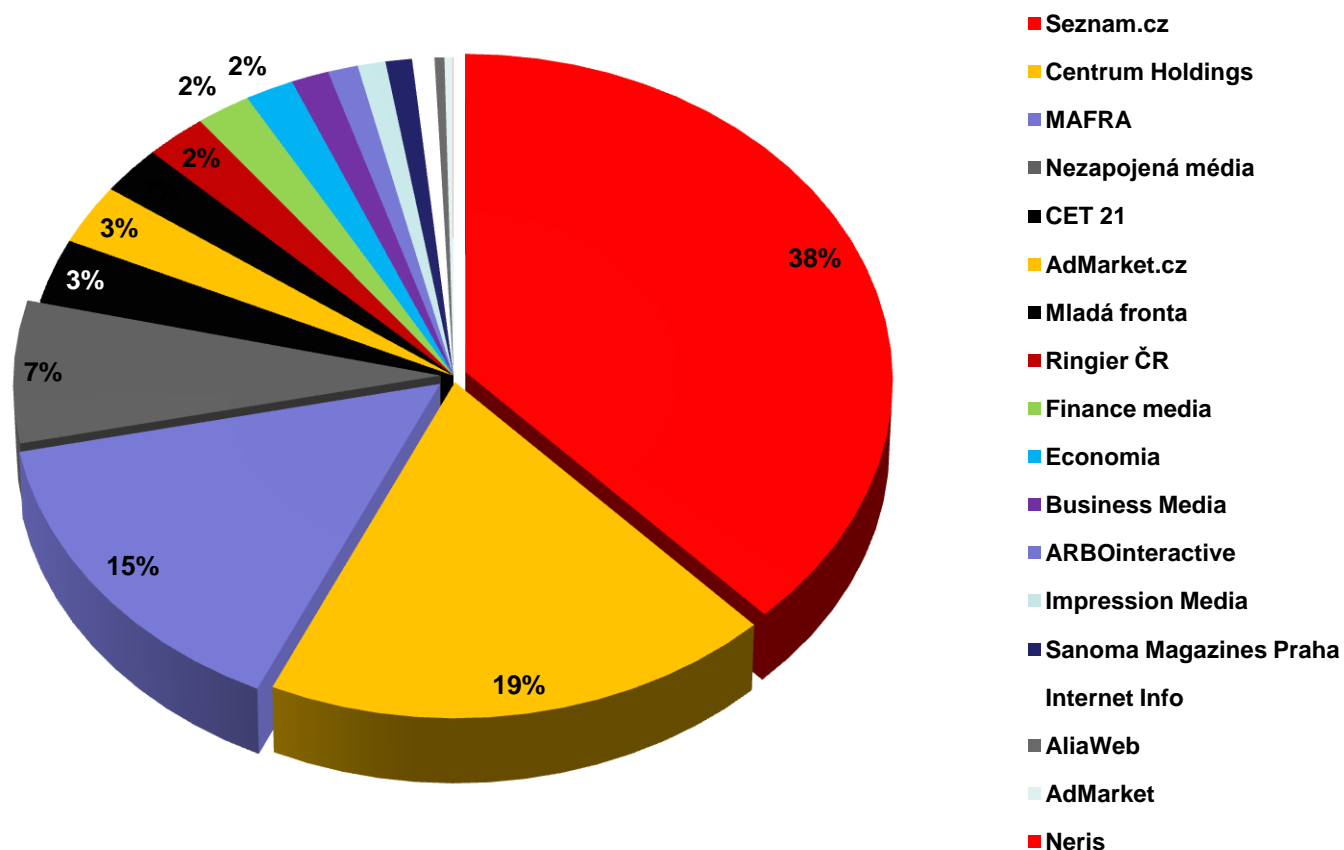


Zdroj: Netmonitor

# ...což se promítá i do příjmů z reklamy

- 2007\* - 1,1 mld.
- 2008\* - 1,6 mld.
- 2009\* - 2,0 mld.
- 2010\* - 2,5 mld.

Podíly za display reklamu\* - Admonitoring



Zdroj: Admonitoring, \*leden - srpen 2010

\* pozn.: pouze display reklama, období **leden až srpen** (hrubé investice tj. před slevami atd.)


# Podíly ve vyhledávání pár let zpátky

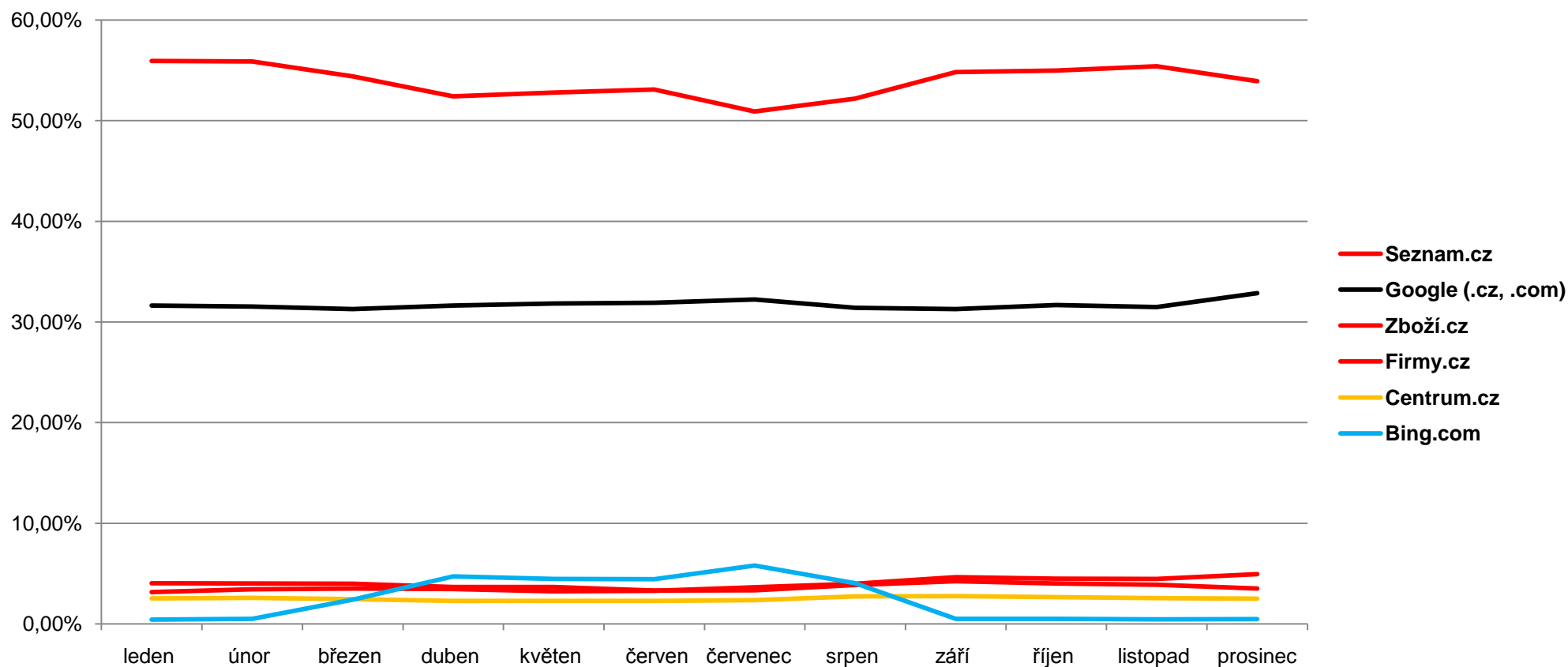
Vývoj podílu jednotlivých vyhledávačů (červenec 2006 až říjen 2008)

Vyhledávač	Červenec 2006	Říjen 2006	Leden 2007	Říjen 2007	Červen 2008	Říjen 2008
Seznam	61,10 %	63,39 %	62,53 %	62,30 %	62,80 %	<b>60,85 %</b>
Google	23,48 %	23,85 %	24,75 %	28,87 %	30,16 %	<b>32,61 %</b>
Centrum	5,37 %	4,72 %	4,84 %	3,39 %	2,86 %	<b>2,61 %</b>
Atlas	2,86 %	2,38 %	2,58 %	1,53 %	1,28 %	<b>0,97 %</b>
Jyxo	0,79 %	0,57 %	0,42 %	0,24 %	0,16 %	<b>0,14 %</b>

Zdroj: <http://www.iinfo.cz/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/navrcholu-google-v-cesku-roste/>

# Podíly ve vyhledávání v roce 2009

- Prosinec 2009: 4,95% hledání na internetu bylo na 
- Seznam fulltext: > 500 requestů každou vteřinu



Zdroj: <http://www.iinfo.cz/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/navrcholu-vyhledavace-2009/>

# Více jak 90% české internetové populace se pohybuje v prostoru Seznam.cz



**90,17%** všech uživatelů.

**Služby Seznam.cz za měsíc květen 2010  
navštívilo 5 022 089 reálných uživatelů\*.**

Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, květen 2010

# Měsíčně s námi stráví uživatel skoro celý den

Internet  
27:53:12



Seznam.cz  
22:22:07



**Hodiny zobrazují průměrně strávený čas jedním uživatelem v daném měsíci ve vybraných internetových prostorech.**

Zdroj: NetMonitor – SPIR – Mediaresearch & Gemius, květen 2010



# A navštíví skoro 900 stránek na Seznam.cz

**SEZNAM.CZ**

- 5 mil. RU
- Cca 4,4 mld PV
- Průměr 880 PV/1 RU

**62,01%**

**SEZNAM.CZ**

**7 148 676 650**

celkem zobrazených stránek na Internetu

**6,39%**

Centrum Holdings

**5,25%**

Mediální skupina Mafra

**3,09%**

ARBOinteractive

**2,77%**

ImpressionMedia

**1,81%**

CET 21

**1,06%**

Ringier

**0,73%**

Mladá fronta

**0,25%**

InternetInfo

**0,05%**

Mediatel

# Agenda

- Stručně o Seznamu
- Pohled na současný internet v ČR
- Monetizace internetu
- Odkazy a zdroje pro samostudium

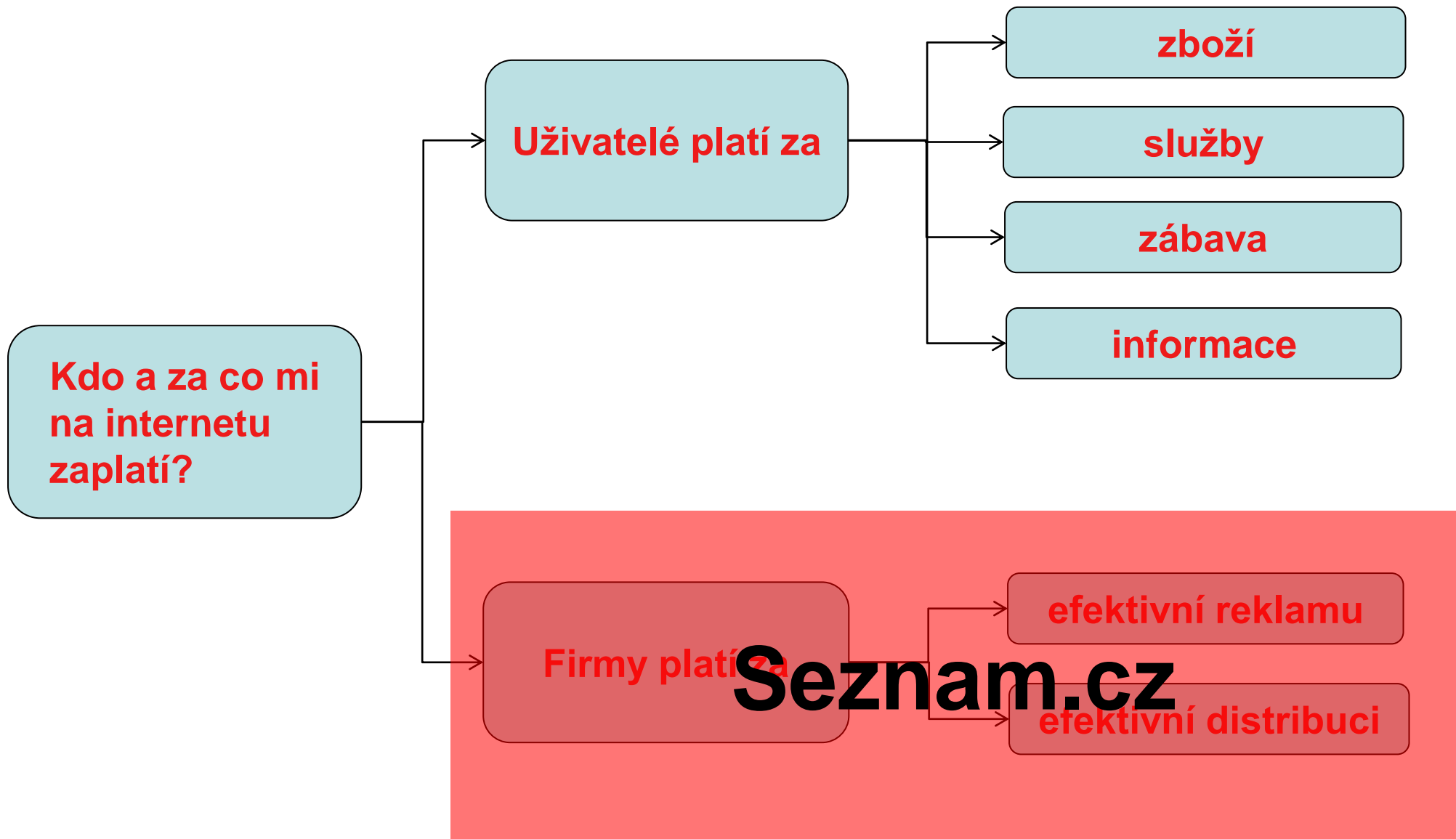
# Seznam.cz umí vydělávat peníze lépe než Facebook 😊

- Facebook.com
  - 500.000.000 uživatelů
  - odhadovaná hodnota 25 mld. USD
  - čistý zisk 2009: cca 800 mil USD
- Seznam.cz
  - 5.000.000 uživatelů
  - odhadovaná hodnota 1 mld. USD
  - zisk 2009: cca 500 – 600 mil Kč

FB: cca 0,2 USD na 1 uživ.  
Seznam: 5-8 USD na 1 uživ.

- Proč má FB **pouze** 25x vyšší hodnota firmy, když má 100x vyšší počet uživatelů než Seznam.cz?

# Kde se na internetu berou peníze?



# Peníze se generují díky přidané hodnotě

- **Marketing – 4 P**

- **Product**

- » Uživatelé - unikátní internetový produkt/služba (hodnota)
    - » Firmy – produkt díky němuž vydělají, ale sami ho neumí

- **Price**

- » Uživatelé – zaplatí mi, když díky internetu ušetří
    - » Firmy – zaplatí za zvýšení své marže


- **Place (distribuce)**

- » Uživatelé – pohodlnější získání výrobku/služby
    - » Firmy – efektivnější distribuci svých výrobků/služeb

- **Promotion (reklama)**

- » Uživatelé - ??
    - » Firmy – efektivní reklama (vyšší prodej, povědomí o značce etc.)

# Příklad první: eshopy

- Produkt
  - » zboží a služby většinou k dostání i v kamenných obchodech
- Příklad:
  - » Elektronika
  - » Parfémy
  - » Zájezdy
- Jak provozovatel vydělá?
  - » Platba od zákazníků za zboží,
  - » Úspory z rozsahu (objevy, doprava)
- Seznam.cz
  - » 

**1. Která ze 4P internet vylepšil aby stáhl k sobě peníze?**  
**2. Prodej jakého zboží/služeb přes internet již vytlačil původní formy prodeje? Proč?**

# Příklad druhý: placený obsah

## – Produkt

- » Unikátní obsah
- » Kvalita informací, za jaký jsou uživatelé ochotni platit
- » Ukrácení dlouhé chvíle

## – Příklad:

- » Placené zpravodajství
- » Gambling, erotika
- » Počítačové hry

## – Jak provozovatel vydělá?

- » Předplatné za vstup
- » Mikroplatby za jednotlivé akce (např. upgrade nějakého „gadgetu“ apod.)

## – Seznam.cz

- » Nemá a s největší pravděpodobností mít nikdy nebude

**1. Která ze 4P internet vylepšil  
aby stáhl k sobě peníze?  
2. Příklady úspěšných firem?**

# Příklad třetí: inzerce uživ., bazary a aukce

## – Produkt

- » Umožnit nabídce a poptávce potkat se a uzavřít obchod
- » Dříve noviny, dnes internet - nižší tzv. transakční náklady

## – Příklady:

- » Použité i nové zboží
- » Reality
- » Autobazary
- » Nábor zaměstnanců

## – Jak provozovatel vydělá?

- » Provize z uskutečnění transakce
- » Platba za vložení inzerátu
- » Platba za příhoz v aukci

## – Seznam.cz:

**S**AUTO.CZ   **S**REALITY.CZ   **S**PRÁCE.CZ

1. Která ze 4P internet vylepšil aby stáhl k sobě peníze?  
2. Jaké znáte příklady konkrétní služby/serveru/firmy?



# Příklad čtvrtý: srovnávače, agregátory

## – Produkt

- » „všechny“ nabídky na jednom místě (zboží i služby)
- » pohodlné „online“ sjednání

## – Příklad:

- » Zboží a služby
- » Cestování – zájezdy, letenky
- » Finanční služby (hypotéky, pojištění)
- » Mobilní operátoři

## – Jak provozovatel vydělá?

- » Konverze - provize za zpracování objednávky
- » Při velké návštěvnosti možnosti reklam

## – Seznam.cz

- » Sdovolená.cz (v přípravě),

**1. Která ze 4P internet vylepšil aby stáhl k sobě peníze?**  
**2. Srovnávač vs. úzce zaměřený specialista?**

**Zboží.cz**  
Seznam

**SFINANCE.CZ**

# Příklad pátý: vyhledávače a portály

## – Produkt = brána do internetu

- » Vyhledávání zdarma
- » Katalog firem zdarma
- » Email zdarma, zpravodajství zdarma
- » Zábava (video, seznamka apod.)

## – Jak provozovatel vydělá?

- » Prodej reklamního prostoru
- » Reklama ve vyhledávání
- » Zápis v katalogu
- » Speciální projekty s partnerskými firmami

## – Seznam.cz

- » Bannerová reklama, 
- » Hledání – více než 500 dotazů za 1 sec.
- » Rekl. proužky – 21.000.000.000/měsíc (ve špičce 17.000/sec.)

1. Jaké jsou výhody internetu oproti klasickým médiím?
2. Co je klíčem pro efektivní prodej reklamy?

# Příklad šestý: nákupní aliance

## – Produkt

- » V ČR boom v roce 2010, v USA #1 [www.groupon.com](http://www.groupon.com)
- » Spíše služby s vyšší marží (prostor pro slevy)
- » Přidání hodnota pro uživatele = velká sleva

## – Jak provozovatel vydělá?

- » Provize za zprostředkování
- » „reklama“

## – Příklady z ČR:

- » [www.slevomat.cz](http://www.slevomat.cz)
- » [www.vykupto.cz](http://www.vykupto.cz)
- » [www.nebeslev.cz](http://www.nebeslev.cz)
- » [www.cupolis.com](http://www.cupolis.com)
- » [www.slevomania.cz](http://www.slevomania.cz)
- » a další viz. [www.skrz.cz](http://www.skrz.cz)

**1. Jak přemluvíte restauraci na slevu 60% pro vaše uživatele?**  
**2. Existuje zde dlouhodobá win:win pozice pro všechny zúčastněné? (poskytovatel, zprostředkovatel a uživatel)**

# Přivýděleč pro každého: partnerský web

## – Produkt

- » Web(y) o tom, co vás baví či zajímá
- » Kvalitní obsah přiláká návštěvníky

## – Jak vyděláte

- » Zapojení do reklamního systému (Seznam Sklik, Google AdSense, ...)
- » partnerské sítě velkého provozovatele (e-shop a podobně)
- » O prodej reklamy se postarají oni
- » Platba za přivedení zákazníka na cílový web

## – Příklady z ČR:

- » Seznam Sklik (> 800 partnerů, desítky denně)
- » Google AdSense
- » [www.betfair.com](http://www.betfair.com) - sázky

**1. Jak zajistit velkou návštěvnost a velkou míru klikání na reklamu umístěnou na mých stránkách?**

# Ještě jednou: peníze na internetu díky 4P

## Marketing – 4 P

### – Product

- » Umím s pomocí internetu sám vytvořit unikátní produkt?
- » Nebo převzít existující zvýšit jeho přidanou hodnotu?

### – Price

- » Umím díky internetu dosáhnout nižší ceny pro uživatele a smluvit si výhodnější cenu u „výrobce“?

### – Place (distribuce)

- » Umím díky internetu usnadnit sjednání transakce?
- » Zaplatí mi za to uživatel a nebo výrobce?

### – Promotion (reklama)

- » Mám dostatek uživatelů? Můžu nabídnout prodej reklamy?
- » Umím prodávat reklamní prostor?

# Agenda

- Stručně o Seznamu
- Pohled na současný internet v ČR
- Monetizace internetu
- Odkazy a zdroje pro samostudium

# Některé zdroje – reklama na internetu

- [www.spir.cz](http://www.spir.cz) – Sdružení pro internetovou reklamu
- [www.netmonitor.cz](http://www.netmonitor.cz) – měření návštěvnosti a analýzy českého internetu
- Petr Stuchlík, Martin Dvořáček: Reklama na internetu (Grada)
- IAC 2009 – [http://iac.spir.cz/index.php?option=com\\_docman&Itemid=47](http://iac.spir.cz/index.php?option=com_docman&Itemid=47)
- IAC 2010 –
- <http://blog.h1.cz/category/marketing/> - blog internet. poradenské společnosti H1
- Steve Krug: Nenuťte uživatele přemýšlet ([www.sensible.com](http://www.sensible.com))
- <http://www.starmedia.cz/> - pro reklamožrouty
- Časopisy:
  - Trend Marketing (Economia) <http://trendmarketing.ihned.cz/>
  - Marketing&Media (Economia) <http://mam.ihned.cz/>
  - Strategie <http://www.strategie.cz/>

# Další zdroje

- J. Goldsmith, Tim Wu: Kdo řídí internet? (Iluze o světě bez hranic)
- D.H. Freedman, E. Abrahamson: Báječný chaos (Skrytý půvab nepořádku)
- Randall Stross: Planeta Google
- <http://www.tyinternety.cz/reklama/video-the-google-story-338>
- M. Hughes: Buzzmarketing
- D. Tapscott, Anthony D Williams: Wikinomics (How Mass Collaboration Changes Everything)
- M. Gladwell: Bod zlomu (O malých příčinách s velkými následky)



# A něco pro ty, co na sobě chtějí pracovat

- Stephen R. Covey : 7 návyků skutečně efektivních lidí
- Jim Collins: Jak z dobré firmy udělat skvělou (Good to Great)
- Tom Peters: Hledání dokonalosti
- Jaro Křivohlavý: Konflikty mezi lidmi
- Tomáš Sedláček: Ekonomie dobra a zla
- Malcolm Gladwell: Mimo řadu
- Gary Kasparov: Jak život napodobuje šachy
- Steven D. Levitt, Stephen J. Dubner : Freakonomics (Hidden side of everything)
  - <http://freakonomics.blogs.nytimes.com/>
- Dalai Lama: The Leader's Way
- D. E. Beck: Spiral Dynamics (Mastering Values, Leadership and Change)
- Edward de Bono: Six Thinking Hats
- Tim Harford: Undercover Economist
- K. Blanchard, P. Zigarmi, D. Zagirmi: Leadership and the One Minute Manager: Increasing Effectiveness Through Situational Leadership
- P.Babiak, R. de Hare: Snakes in Suits - When Psychopats Go to Work

**Hodně štěstí při studiu**

Martin Picek [martin.picek@firma.seznam.cz](mailto:martin.picek@firma.seznam.cz)

# Back-up

# Vize a mise Seznam.cz

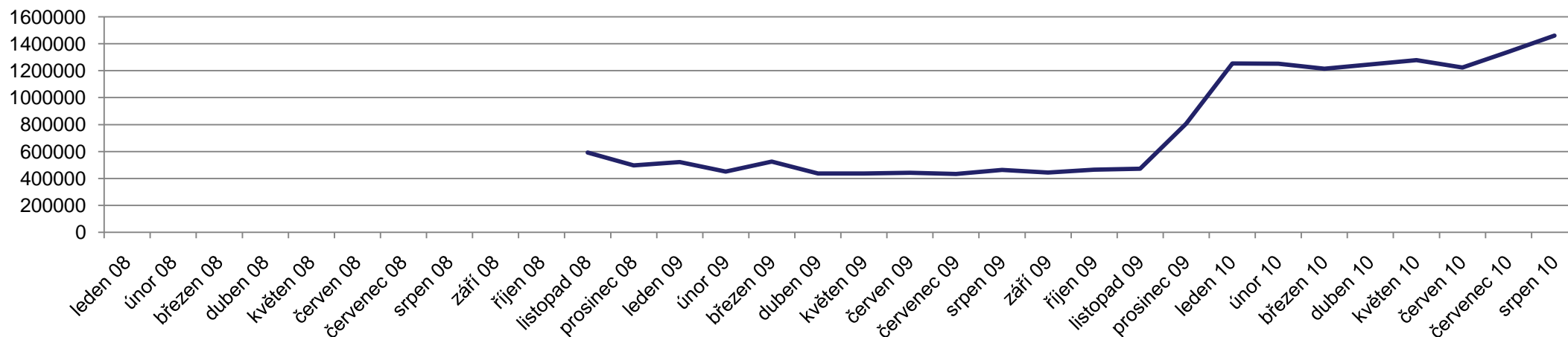
- Vize
  - Pracujeme na tom, aby internet byl nejsilnější české médium a na něm Seznam.cz místem první volby
- Mise
  - Jsme a budeme česká společnost s orientací na český trh.
  - Naši zaměstnanci se podílejí na tvorbě výjimečných internetových řešení, naše služby jsou užitečné, jednoduché a spolehlivé.
  - Uživatelům nabízíme kvalitní bezplatné služby, pomáháme jim nalézat řešení a orientovat se na internetu.
  - Efektivní reklamou pomáháme našim klientům a podporujeme podnikání v ČR.
  - Nabízíme informace, zábavu i komunikační možnosti na internetu, který prosazujeme jako bezpečný a bezbariérový.

# Dosažené úspěchy a ocenění

- Dobrá značka - v roce 2010 získal Seznam.cz již posedmé ocenění čtenářů Reader's Digest jako nejdůvěryhodnější česká IT firma
- Czech Open Source 2010 – na serveru Root.cz byl veřejností zvolen Seznam.cz Firmou roku
- Czech TOP 100 – v letech 2009, 2007, 2005 se Seznam.cz umísťuje v první stovce nejúspěšnějších českých firem
- Křišťálová lupa – v letech 2009, 2008, 2007, 2006 jsme získali ocenění v kategoriích e-mail, fulltext, zábava, blog, projekt roku, osobnost českého internetu
- Rhodos – cenu za firemní imag jsme získali v roce 2007 a 2005
- Podnik Fair Play 2006
- Podnikatel roku 2006

# Umístění na Seznam Homepage vás vynese do první ligy v návštěvnosti

prozeny.cz



# Key learnings pro komunikaci firem na netu

1. Customers are in control. Work with them and learn from them.
2. Real conversations are two-way.
3. Think before you talk—but always be yourself.
4. Address any form of dissatisfaction head on.
5. Conversation can become global at any time.
6. Size doesn't matter—relevance does.
7. Don't be afraid to apologize.
8. Develop direct links to customer community.
9. One customer is part of many communities.
10. No shortcuts are possible.

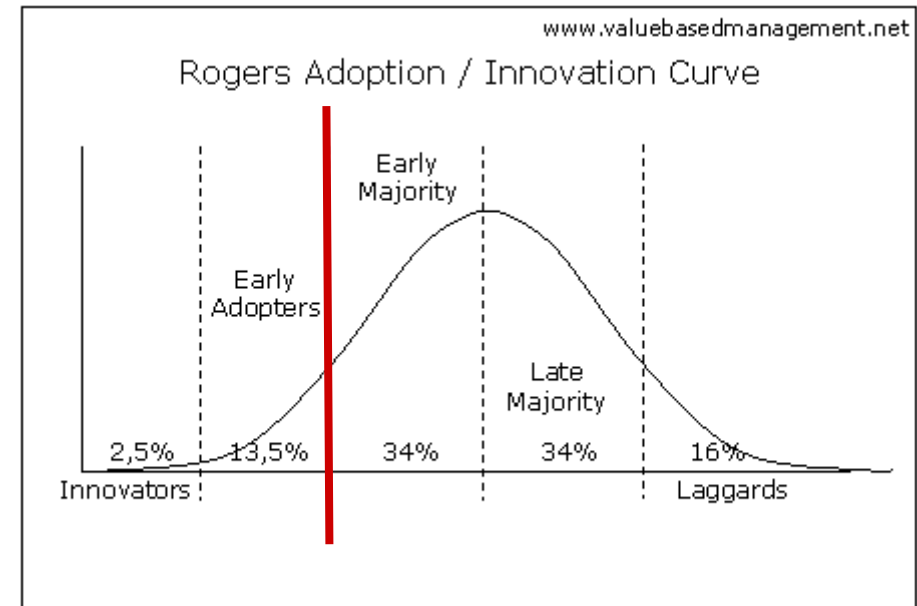
*Insights gained from Menchaca's presentation Oct 25 2007, San Jose, California*



*„Teamwork, transparency and frequent consistent communication are keys in this new world.“*

# Jak šířit „epidemii“?

- Křivka šíření resp. přijímání inovací
- Jak zaručit, že se inovace rozšíří?
- 3 základní předpoklady pro šíření:
  - Malý počet **správných** lidí
  - Faktor **chytlavosti**
  - Síla **kontextu**
    - Co dává u inovace smysl EA nedává moc smysl EM
    - mít „překladače“ mezi EA a EM



- **Paradox epidemií:** „Abyste vytvořili jedno nakažlivé hnutí, musíte vytvořit nejdříve mnoho malých hnutí.“ (Malcolm Gladwell)