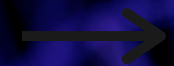


MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLMOUC

Digitální marketing

ÚVOD DO DIGITÁLNÍHO MARKETINGU



Obsah předmětu

- Úvod do digitálního marketingu
- Marketingová komunikace na internetu
- Reklama na internetu
- E-commerce
- Direct marketing v prostředí internetu
- Sociální sítě a jejich využití v marketingové komunikaci
- Public relations v prostředí internetu
- Content marketing
- Nové formy marketingové komunikace
- Trendy online marketingu
- Analýza a měření úspěšnosti
- Marketingový výzkum v prostředí internetu



Zakončení předmětu

- Presentace projektu (50 bodů)
- Závěrečný test + ústní zkouška (30 bodů)
- Aktivita na přednáškách/seminářích – 20 bodů
- Nad rámec
 - Certifikace Google Analytics (10 bodů)
 - Kurzy Google Garáž (10 bodů)
- Pro úspěšné dokončení je třeba alespoň 65 bodů



Digitální marketing

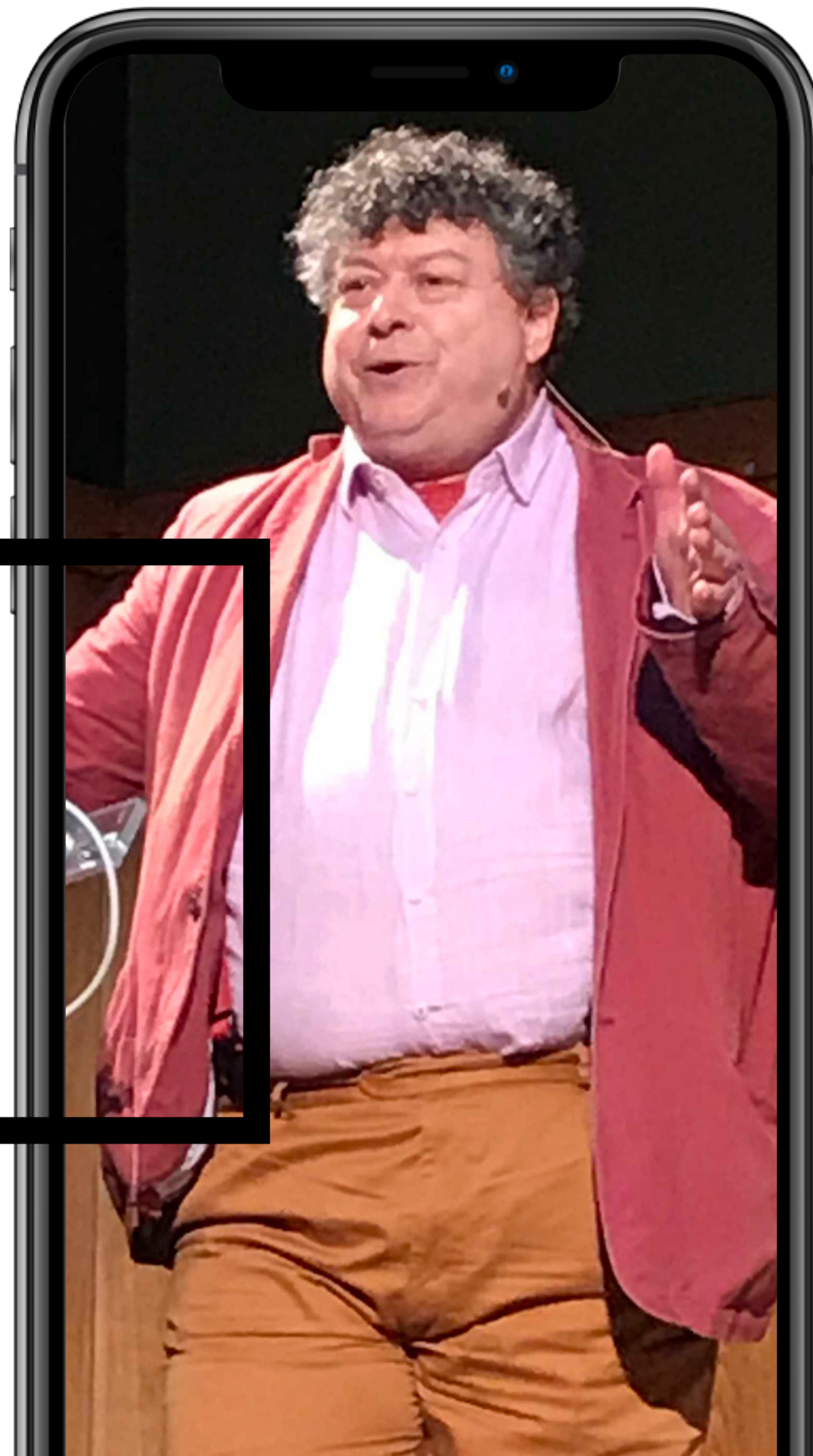
„Digitální marketing je marketing využívající digitálních médií pro komunikaci s příjemci reklamních a informačních sdělení.“



”

**Digitální marketing
musí být triviální
a lehkomyšlný**

-Rory Sutherland | Ogilvy-



O čem je digitální marketing?

01

nová média

02

digital vs analog

03

internet vs digital



**V čem spatřujete výhody
digitálního marketingu?**



Výhody digitálního marketingu

- Aktuálnost
- Snadné cílení obsahu
- Inovativnost
- Integrace pohybu
- Měřitelnost
- Nízké vstupní a provozní náklady
- Správa recipientů (generování leadů)



Něco málo z historie

- Rozvoj s nástupem nových médií
- Původně pouze internetové prostředí
- 1993 – první klikatelný banner
- 1994 – Yahoo, 2. polovina 90 let další vyhledávače (Google, MSN)
- 1996 – DoubleClick – předchůdce Google Ad Manager
- Přelom tisíciletí – WEB 2.0



Něco málo z historie

- Kolem roku 2010 masivní rozšíření smartphonů – nová éra DM
- Zvyšující se flexibilita – klienti se stávají rezistentnější vůči reklamě
- Vznik odvětví mobilního marketingu
- Vznik odvětví digital signage
- Dnes – kombinace digital signage, mobilní komunikace a možností internetu





Legislativa

- Zákon č. 127/2005 Sb. Zákon o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o elektronických komunikacích)
- Zákon č. 480/2004 Sb. Zákon o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti)
- Směrnici 1995/46 ES
- Směrnici 2000/31 ES
- Směrnici 2002/58 ES





Legislativa

- Pokud využívám marketingovou agenturu, kdo zodpovídá za GDPR?
- Omezení přístupu k obsahu bez uvedení kontaktních informací?
- Můžu využívat automatizovanou/strojovou komunikaci ke kontaktování uživatele, který k tomu nedal souhlas?





Legislativa

41 % marketérů není schopna
vyhodnocovat zároveň aktuální
trendy a nároky na právní
aspekty marketingu.



Pojmy z vývoje

Konvergence mediálních forem

= mísení a transformace vlastností médií nových a starších (ebook a kniha/ youtube a televize)

Remediace marketingové komunikace

= evoluční vývoj formy média (vývoj telefonů)

Digital signage

= přetvoření původních analogových prostředků do nové formy obohacené o pohybovou/zvukovou/interaktivní složku



**Jaké příklady remediace
vás napadnou?**





direct mailing
tištěná reklama
word-of-mouth
rozhlas

VS

e-mail
digital signage
virální marketing
podcasting





Mobilní marketing

- Chytré telefony = třetí vývojový stupeň
- Vznik mobilního marketingu jako samostatného odvětví
- Původní forma – SMS marketing
- Současná forma – odpovídá internetovému marketingu



**S jakou podobou mobilního
marketingu se setkáváte?**



Case study: Ogilvy

- Free WiFi pro obyvatele Paříže
- Podmínka? Zahrát si scrabble!
- Pravidlo - vyšší skóre = víc minut



Ogilvy

Výsledek:

110 000

minut připojení



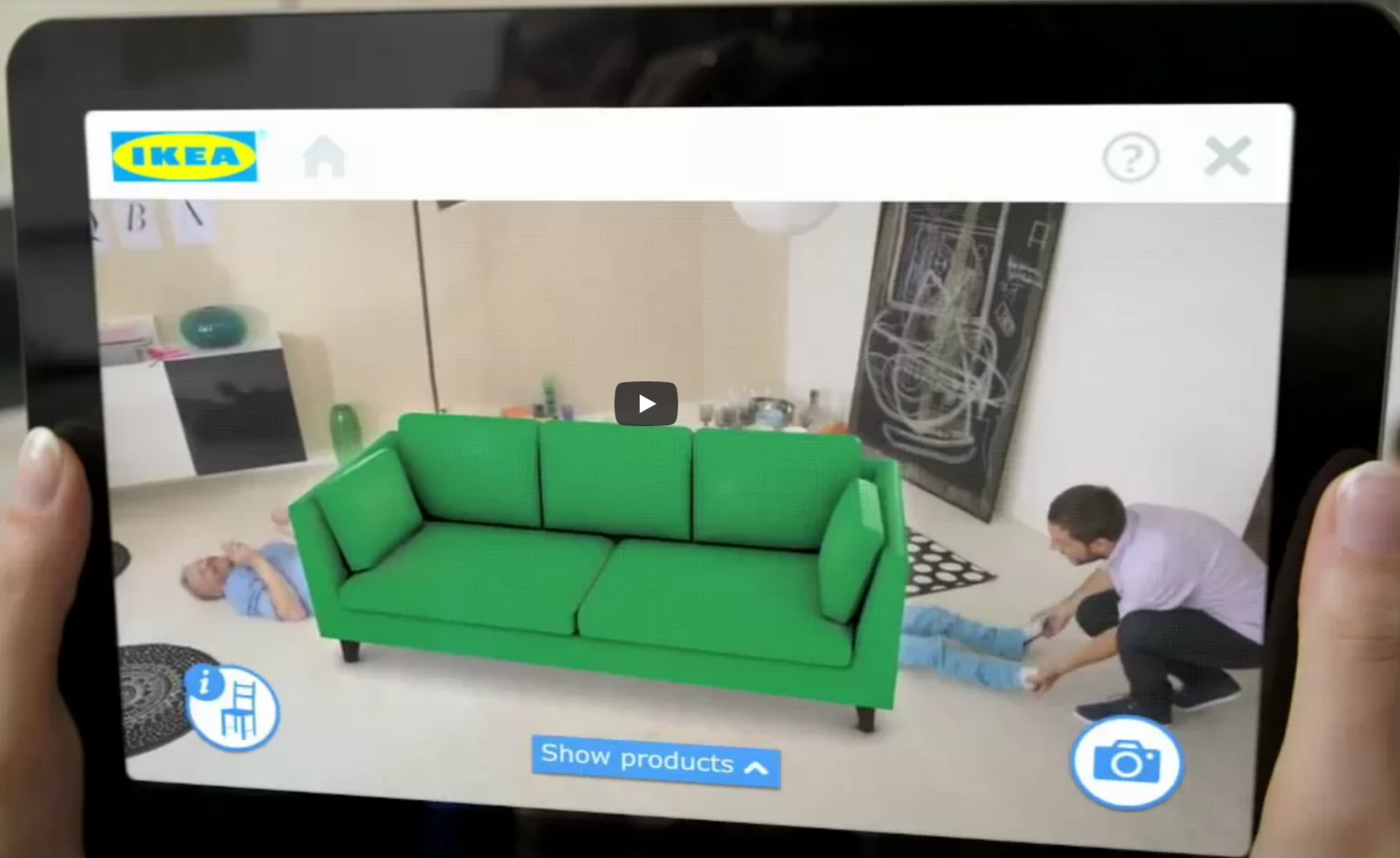
Case study: IKEA

- Virutální prohlídka vaší místnosti s novým nábytkem IKEA
- Podmínka? Stáhnout aplikaci



Výsledek:
6,2 milionu
stažení





Formy digitálního marketingu

Tradiční

- Web
- Banner
- Reklama ve vyhledávačích
- E-mailing
- Internetové katalogy



Formy digitálního marketingu

Nové

- Affiliate
- Social media marketing
- Produktové microsites
- Video
- Viral
- App marketing





Důležitost digitálního marketingu

92 %

zákazníků si před nákupem
prohlíží web společnosti

93 %

nákupů začíná vyhledáváním
na internetu

97 %

lidí si vybírá produkty a služby
online

88 %

lidí důvěřuje online recenzím
stejně jako osobnímu
doporučení