

DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o

Školní rok 2019/2020

4.B

DELTA

MATURITNÍ PROJEKT

Marketingová komunikace a komunikační mix
pro vlastní IT firmu

Příjmení, jméno: Jiránek Vojtěch

Studijní obor: Informační technologie 18-20-M/01

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	<i>Vojtěch Jiránek</i>
Školní rok:	<i>2019/2020</i>
Třída:	<i>4. B</i>
Obor:	<i>Informační technologie 18-20-M/01</i>
Téma práce:	Marketingová komunikace a komunikační mix pro vlastní IT firmu
Vedoucí práce:	<i>Mgr. Richard Brun</i>

Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:

Hlavním tématem projektu je *Marketingová komunikace a komunikační mix pro vlastní IT firmu* se zaměřením na servis, opravy a prodej IT vybavení.

Cílem této práce je vytvořit funkční *marketingovou komunikaci a komunikační mix pro reálně fungující IT firmu*, včetně návrhu efektivní marketingové kampaně.

Cílem této firmy je realizovat nabídky oprav IT hardwaru i softwaru nebo ho upravovat a vylepšovat podle přání zákazníka.

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

září–říjen: *Vytvoření koncepce marketingové komunikace a komunikačního mixu pro vlastní IT firmu.*

listopad–prosinec: *Návrh grafiky a jednotného designu.*

leden–březen: *Zprovoznění webových stránek a natočení instruktážních videí*

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou práci vypracoval samostatně a použil jsem pouze zdroje a literaturu uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašuji, že tištěná verze a elektronická verze jsou shodné.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších předpisů.

V Pardubicích dne

Poděkování

Touto cestou děkuji Mgr. Richardovi Brunovi za jeho odborné rady, ochotu pomoci a čas, který věnoval konzultaci mé maturitní práce.

Anotace

Hlavním tématem projektu je Marketingová komunikace a komunikační mix pro vlastní IT firmu se zaměřením na servis, opravy a prodej IT vybavení. Maturitní práce je členěna na teoretickou a praktickou část.

Cílem této práce je vytvořit funkční marketingovou komunikaci a komunikační mix pro fungující IT firmu.

Hlavním posláním této firmy je realizace uživatelského servisu pro široké spektrum zákazníků.

Klíčová slova

Marketing, marketingová komunikace, komunikační mix, inzerce, IT servis, hardware, software, webové stránky,

Annotation

The main topic of the project is Marketing communication and communication mix for own IT company focused on service, repair and sale of IT equipment. Graduation work is divided into theoretical and practical part.

The goal of this work is to create a functional marketing communication and communication mix for a functioning IT company.

The main mission of this company is to provide user service for a wide range of customers.

Keywords

Marketing, marketing communication, communication mix, advertising, IT service, hardware, software, website,

1 OBSAH

1	Obsah.....	5
2	Úvod.....	8
3	Teorie Marketingu.....	8
3.1	Marketingový mix	8
4	Marketingová komunikace.....	9
4.1	Komunikace firem	9
4.2	Komunikační mix	9
4.3	Komunikační proces	9
4.4	Nástroje komunikace	10
4.4.1	Novinová inzerce.....	10
4.4.2	Email marketing	10
4.4.3	Telemarketing.....	10
4.4.4	SWOT analýza	11
4.4.5	Analýza klíčových slov	11
4.4.6	SEO	11
4.4.7	Cílová skupina.....	12
4.5	Marketingová komunikační strategie	13
4.6	Analýza situace.....	13
4.7	Cíloví příjemci.....	13
4.8	Komunikační cíle.....	13
4.9	V hlavní roli sdělení	13
5	Konkurence	14
5.1	BezvaNET s.r.o.....	14
5.3	Kříž – Elektronik	14
6	Marketingové osoby.....	14
7	Praktická část.....	15
8	Použité Technologie.....	15
8.2.1	Ninja forms.....	15
8.2.2	Heat map for Wordpress	15

8.2.3	Elementor	15
8.2.4	Imagify	16
8.2.5	PageSpeed Ninja	16
8.2.6	Swap Google fonts display.....	16
8.2.7	WP Fastest Cache.....	16
8.2.8	Zendesk Chat Widget.....	16
8.3	Adobe.....	16
8.3.1	Adobe Illustrator CC 2020	16
8.3.2	Adobe Photoshop CC 2020	17
8.4	Google Ads	17
8.5	Google analytics	17
9	Grafický design	17
9.1	Logo.....	17
9.2	Vizitka	18
9.3	Banner.....	19
9.4	Vektorové ikony	19
9.5	Ceník služeb	20
10	Možnosti propagace	21
10.1	Novinová inzerce	21
10.2	Google ads	22
10.3	Facebook ads.....	23
11	Webové stránky.....	23
11.1	Drátěný model webových stránek (wireframe).....	23
11.2	Domovská stránka.....	24
11.3	Podstránka ceník služeb	25
11.4	Podstránka detail služeb.....	26
11.5	Podstránka kontakt.....	27
11.6	Podstránka objednávky	28
11.7	Podstránka Zpracování osobních údajů	29
11.8	PageSpeed Insights	30

11.8.1	Výsledky PageSpeed Insight.....	30
11.9	SEO.....	31
12	Závěr.....	31
13	Zdroje	32
13.1	Seznam literatury	32
13.2	Seznam obrázků	33

ÚVOD

Snahou tohoto projektu je vytvoření firmy se zaměřením na IT servis, který by měl lokálně řešit problémy a přání zákazníku v tomto oboru. Jelikož v okolí firmy chybí firma jenom s cílem na opravování výpočetní techniky.

Tato práce má dvě části. rámci teoretické části zmiňuji témata marketingové komunikace a marketingového mixu. V praktické části je popsáno vypracování jednotného grafického designu, použité technologie a funkcionalitu spolu s rozložením webových stránek.

2 TEORIE MARKETINGU

2.1 MARKETINGOVÝ MIX

Marketingový mix je soubor taktických marketingových nástrojů, které firma používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Marketingový mix zahrnuje vše, co firma může udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu. Možné způsoby se dělí do čtyř skupin proměnných, známých jako 4P (Product, Price, Promotion, Place)

- Produkt (Product)
Cokoliv, co je možné nabídnout na trhu ke koupi, použití či spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu či přání.
- Cena (Price)
Je suma, kterou zákazníci zaplatí za produkt. Cena se dá upravit podle slevy, nabídky koupi na protiúčet nebo úvěry a splátky.
- Komunikace (Promotion)
Představuje aktivity, které sdělují přednosti produktu a snaží se přesvědčit cílové zákazníky, aby si jej koupili.
- Distribuce (Place)
Zahrnuje činnosti firmy, které činí produkt dostupným cílovým zákazníkům. Ta se dá podporovat pomocí rozšíření prodejen a distribučních míst pro daný produkt.[3]

3 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

3.1 KOMUNIKACE FIREM

Moderní společnost musí komunikovat se svými zprostředkovateli, spotřebiteli a různými cílovými skupinami. I zprostředkovatelé komunikují se spotřebiteli a cílovými skupinami. Spotřebitelé komunikují mezi sebou a dalšími skupinami a předávají si informace z doslechu. A každá skupina zároveň poskytuje zpětnou vazbu všem ostatním. [3]

3.2 KOMUNIKAČNÍ MIX

Se skládá ze specifické směsi reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje, public relations a nástrojů přímého marketingu, kterou firma používá pro dosažení svých reklamních a marketingových cílů. Definujeme si pět hlavních komunikačních nástrojů:

- **Reklama**
Jakákoli placená forma neosobní prezentace a komunikace myšlenek, zboží nebo služeb identifikovaného sponzora.
- **Osobní prodej**
Osobní prezentace prováděná prodejci společnosti za účelem prodeje a budování vztahu se zákazníky.
- **Podpora prodeje**
Krátkodobé stimuly, které mají povzbudit nákup či prodej výrobku nebo služby.
- **Public relations**
Budování dobrých vztahů s různými cílovými skupinami pomocí příznivé publicity, budováním dobrého „image firmy“ a odvracením či vyvracením fám, informací a událostí, které staví společnost do nepříznivého světla.
- **Přímý marketing**
Přímé spojení s jednotlivými, pečlivě vybranými cílovými spotřebiteli, které má vyvolat okamžitou odezvu a rozvíjet trvalé vztahy se zákazníky – použití telefonu, pošty, emailu, internetu a dalších nástrojů pro přímou komunikaci s konkrétními spotřebiteli.[2]

3.3 KOMUNIKAČNÍ PROCES

Komunikační proces je přenesení informace od odesílatele k příjemci sdělení a funguje mezi prodejcem a kupujícím, firmou, jejich zákazníky a také dalšími cílovými skupinami jako jsou zaměstnanci, dodavatelé, akcionáři, média, investoři, obchodní partneři atd. Komunikační proces lze vysvětlit modelem, který se skládá z těchto prvků: zdroj komunikace, zakódování, sdělení, přenos, dekodování, příjemce, zpětná vazba a komunikační šumy. [4]

3.4 NÁSTROJE KOMUNIKACE

3.4.1 NOVINOVÁ INZERCE

Inzerce patří historicky mezi nejstarší formy. I když musely čelit velmi silné konkurenci časopisů již od 19. století, rozhlasu od 20. let a televize od 50. let století dvacátého, přesto v minulosti i v současnosti si noviny udržují velmi významné postavení reklamního média.[9]

3.4.2 EMAIL MARKETING

E-mailová korespondence přebrala úlohu nejdůležitější formy komunikace ve firmách i v soukromí. V práci jde o nejdůležitější komunikační kanál. Tento komunikační kanál se dá využít jako neosobní komunikace se zákazníky.

3.4.3 TELEMARKETING

Telemarketing je v české i cizojazyčné literatuře definován obdobně, a to jako forma marketingu využívající telefonické spojení ke kontaktování stávajících či potenciálních zákazníků.[5] Ke kontaktování klientů přes telefony dochází nejčastěji s cílem vzbudit zájem o produkt či uskutečnit prodej, dohodnout schůzku se zákazníkem, vyřídit poptávky či zakázky, zlepšit zákaznický servis a také neméně častým důvodem telefonátů je vyřizování stížností zákazníků. Tato forma komunikace může být oboustranná, a tak je možné telemarketing označit také jako komplex všech telefonních hovorů, jak příchozích (pasivních), tak odchozích (aktivních). V české legislativě je telemarketing upraven zákonem o službách informační společnosti č. 480/2004 Sb., vycházející z evropské direktivy 2000/31 EC a zákonem o elektronických komunikacích č. 127/2005 Sb. Dle zákona o službách informační společnosti je telemarketing zařazen do služeb informační společnosti, která je definována jako jakákoliv služba poskytovaná elektronickými prostředky na individuální žádost uživatele podanou elektronickými prostředky, poskytovaná zpravidla za úplatu. Mezi elektronické prostředky spadá zejména síť elektronických komunikací, elektronická komunikační zařízení, automatické volající a komunikační systémy, telekomunikační koncová zařízení a elektronická pošta.[6]

3.4.4 SWOT ANALÝZA

Analýza SWOT (viz Obrázek 1 - SWOT analýza firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní) zjišťuje na základě strategického auditu klíčové silné (Strengths) a slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). V zájmu větší působivosti se jedná o malý počet položek, které ukazují, kam by měl podnik upřít svou pozornost. [2]

Vnitřní prostředí	Silné stránky <ul style="list-style-type: none">- Zkušenosti v oboru- Cílení na skupiny zákazníků- Neznalost lidí v oboru- Oblast s nízkou konkurencí	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">- Možná nedůvěra ve studenta- Nově založená firma- Nedostatečná řemeslná kvalifikace
Vnější prostředí	Příležitosti <ul style="list-style-type: none">- Nízká úroveň konkurence- Neznalost lidí v oboru- Dostat se do povědomí v okolí	Hrozby <ul style="list-style-type: none">- Nedostatek nových zákazníků- Neznámé jméno

Obrázek 1 - SWOT analýza firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

3.4.5 ANALÝZA KLÍČOVÝCH SLOV

Pro úspěšnou tvorbu webových stránek z hlediska marketingu je velmi důležitá správná volba klíčových slov. Správná klíčová slova jsou taková, která návštěvníky na webovou stránku nejen přivedou, ale také je zaujmou a případně se stanou jejími zákazníky, či klienty. Analýza klíčových slov je tedy důležitým podkladem i pro návrh informační architektury. Analýza klíčových slov je z hlediska internetového marketingu důležitá jako podklad pro tvorbu PPC reklam a celé SEO analýzy. Zkratka PPC znamená pay-per-click, tedy zaplat' za klik. Existuje mnoho systémů pro práci s reklamou a nejrozšířenější reklamní systém na světě je Google AdWords, který je pro společnost Google také hlavním zdrojem příjmů.[3]

3.4.6 SEO

SEO je zkratka, která znamená Search Engine Optimization, česky optimalizace pro vyhledávače. SEO je proces, jehož výsledkem je návštěvnost webové stránky z neplacených, tzv. "organických" výsledků vyhledávání ve vyhledávačích. V Čechách tedy primárně z vyhledávání na Google a na Seznam. Váš web můžete dostat výše pouze tehdy, když víte, co rozhoduje o pořadí webů ve výsledcích vyhledávání. Google i Seznam mají obrovskou databázi informací o webech (tzv. index), kterou získávají procházením internetu automatickými roboty. Webové stránky následně řadí podle relevance na různé vyhledávací dotazy (klíčová slova) podle velmi složitého algoritmu. Google uvádí, že hodnotí více než 200 faktorů. [10]

3.4.7 CÍLOVÁ SKUPINA

Cílová skupina je v marketingu termín, který se označuje pro definování určité skupiny potenciačních zákazníků, popřípadě firem, kterou chce svojí kampaní výrobce nebo obchodník zasáhnout. Znalost cílové skupiny je pro firmu nesmírně důležitá, a to hlavně při tvoření strategií, reklamních kampaní nebo při výběru distribučních kanálů. [7]

- **Geografické** – pokud nabízíte svou službu jen v určité lokalitě (např. jen ve Středočeském kraji), tak je důležité soustředit se především na tu lokalitu, ze které mohou přijít vaši zákazníci. Praktický příklad je PPC reklama, kde můžete nastavit lokalitu, ve které se budou zobrazovat vaše reklamy. Jestliže nabízíte svou službu pouze ve Středočeském kraji, může být neefektivní zobrazovat PPC reklamu i v Ostravě.
- **Věkové** – řada výrobků a služeb je určena pro nějakou generaci. Každý asi chápe, že různé generace se různě oblékají, mají (nebo nemají) různě staré děti, mají odlišný denní režim, jiné potřeby atd.
- **Pohlaví** – rozdíly mezi pohlavími se v poslední době stírají, ale stále jsou výrobky a služby určené jen pro jedno pohlaví. Nesmíte ale zapomínat na to, že muži kupují dárky ženám a samozřejmě i obráceně. Proto zapomínat na muže např. při propagaci dámských šperků, by byla značná chyba. Přesto muži mají jiné mechanismy rozhodování při nákupu produktů určených jen pro ženy. I na to je potřeba myslet při vytváření strategie prodeje.
- **Vzdělání a společenské postavení** – má značný vliv nejen na to, o jaké produkty bude mít zájem, ale také na způsob upoutání pozornosti, vyvolání potřeby, rozhodovací proces o nákupu... Pomocné síly se základním vzděláním jsou zvyklé na zcela jinou komunikaci než top manažeři s vysokoškolským vzděláním, což je potřeba zohlednit třeba v marketingových kampaních.
- **Životní styl** – lidé bez ohledu na lokalitu, věk, pohlaví či vzdělání mohou být zastánci určitého životního stylu. Někteří jsou sportovně založení, jiní tráví svůj čas na gauči koukáním na televizi. Jedni vyhledávají společnost, druzí se straní okolního světa. Životních stylů je nepřeberné množství a mohou se vzájemně proplétat. Podstatné je to, že si je lidé do značné míry volí sami. Životní styl má zásadní vliv jak na druhy produktů, které si daný kupující pořizuje (vegetariánovi těžko vnutíte tlačenu), tak i na způsob, jak si produkty vybírá a rozhoduje se o nich (hráč počítačových her si nový počítač volí jiným způsobem, než vaše babička).[7]

3.5 MARKETINGOVÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Komunikační strategie je součástí marketingového plánu. Marketingový plán zase spadá do strategického plánu firmy. Komunikační strategie, kterou společnosti uplatňují v praxi, by se měla skládat celkem z šesti po sobě jdoucích kroků. [15]

3.6 ANALÝZA SITUACE

Jde o analýzu marketingového prostředí a posouzení toho, kam by měla firma směřovat své komunikační aktivity. Do tohoto kroku patří také analýza konkurence a jejích komunikačních aktivit. [15]

3.7 CÍLOVÍ PŘÍJEMCI

V druhém kroku by firma měla určit cílové příjemce svého komunikačního sdělení. Za pomoci tzv. analýzy zákazníků se firma rozhoduje, zda se zaměří na své stávající, nebo potenciální zákazníky, anebo na jeden segment (tj. cílovou skupinu) či více segmentů trhu. [15]

3.8 KOMUNIKAČNÍ CÍLE

Ve třetí kroku firma stanovuje své komunikační cíle. Měla by dokázat odpovědět na otázku, čeho chce prostřednictvím komunikace dosáhnout.

Ke komunikačním cílům patří například:

- Vytvoření povědomí o značce.
- Uvědomění si potřeby.
- Formování postoje ke značce.
- Úmysl koupit. [15]

3.9 V HLAVNÍ ROLI SDĚLENÍ

Čtvrtý krok komunikační strategie je tvořen vytvořením samotného sdělení. Management podniku navíc rozhoduje o použití nástrojů komunikačního mixu, různých technik, kanálů i médií. Firma pro své sdělení v tomto kroku určuje apel, téma i samotnou myšlenku.[15]

4 KONKURENCE

Níže citované firmy mají jiné hlavní cíle než opravy výpočetní techniky. Je to pouze doplňková nabídka služby v rámci jejich působení.

4.1 BEZVANET S.R.O

Firma BezvaNET s.r.o se věnuje převážně připojování domácností k internetu. Dále zde nabízejí opravy výpočetní techniky, která ale slouží jako vedlejší služba.

4.2 GALANCE.NET

Zprostředkovatel bezdrátové internetové sítě Galance.NET, která tvoří více jak 400 přístupových bodů (vysílačů), které signálem pokrývají široké území okolo města Městec Králové. Dále stejně jako firma BezvaNET zprostředkovávají veškeré servisní služby s tím spojené.

4.3 KŘÍŽ – ELEKTRONIK

Společnost s náhradními díly instalačním materiálem se servisem komponent s tím spojené. Nemají webové stránky ani reklamu. Jedná se pravděpodobně o soukromníka.

5 MARKETINGOVÉ PERSONY

5.1 PERSONA

Persona je profil člověka, pro kterého obsah tvoříte, kterého bude váš obsah zajímat. Bude ho s chutí číst a udělá přesně to, co je cílem článku. Jde o typického představitele cílové skupiny. Většinou jde o fiktivní osobu, kterou si ale vymyslíte na základě validních podkladů. Ideálně dle dat z Google Analytics nebo z průzkumu trhu či vlastních zkušeností. Když si vytvoříte konkrétního člověka s příběhem, prací, zájmy, lépe se vám pro něj bude tvořit obsah. Lépe se do něj vcítíte a snáz mu předáte informace, co chcete. [17]

5.2 PRVNÍ PERSONA

První persona je 75letá babička z vesnice, která dostává tyto technologie většinou od mladších generací. Ne vždycky si s nimi umí poradit. O IT servisu Jiránek se dozvěděla z novin. IT servis Jiránek převážně kontaktuje hovorem přes její telefon nebo osobně na pobočce.

5.3 DRUHÁ PERSONA

Druhá persona je 20letá studentka z města. Ve výpočetní technice má základní znalosti. O IT servisu Jiránek se dozvěděla z reklam na sociálních sítích. Zaujali ji především kvůli opravě prasklého displeje u jejího zařízení. S firmou komunikuje převážně přes facebookovou stránku nebo přes email.

6 PRAKTICKÁ ČÁST

Praktická část popisuje použité technologie, jednotný grafický design a funkcionalitu spolu s rozložením webových stránek.

7 POUŽITÉ TECHNOLOGIE

V této maturitní práci jsem použil převážně programy od společnosti Adobe pro tvoření grafických návrhů, kvůli jejich kompatibilitě a nejvíce rozšířené nabídce grafický programů. Pevně byly použity programy Adobe Illustrator a Adobe Photoshop. Pro vytvoření webové stránky jsem použil open source technologii Wordpress, která je jedna z nejrozšířenějších, když přijde na tvorbu stránek. Její výhody vidím v široké podpoře pluginu, šablon, a celkově ve vysoké kompatibilitě. Všechny tyto technologie také převážně používám z důvodů mých předchozích zkušeností a znalostí, na základě praxe.

7.1 WORDPRESS

Wordpress je jeden z nejrozšířenějších softwarů k vytváření webových stránek, který byl použit k vytvoření webových stránek i pro tuto firmu.[11]

7.2 POUŽITÉ PLUGINY

7.2.1 NINJA FORMS

Plugin pro jednoduché vytváření formulářů a následné odesílání potvrzovacích emailů pro zákazníky.

7.2.2 HEAT MAP FOR WORDPRESS

Sledování pohybu a aktivit uživatelů v reálném čase pro vytváření analýz o pohybu na stránce.

7.2.3 ELEMENTOR

Nejrozšířenější front end plugin pro wordpress k vytváření základů webových stránek a následnou implementaci ostatních pluginů. Díky blokovému editoru se dají vytvářet snadněji a uživatelsky přívětivěji.

7.2.4 IMAGIFY

Díky Imagify, můžete optimalizovat velikost obrázku na webu, která ovlivňuje načítání webových stránek a vylepší hodnocení SEO. Imagify využívá tři druhy komprese. Normální, agresivní a ultra. Normální používá bezztrátový kompresní algoritmus. Kvalita obrazu se proto nijak nezmění. Agresivní, používá algoritmus ztrátové komprese. Silnější komprese s malou ztrátou kvality, která ani většinou není znatelná. Ultra, nejsilnější metoda komprese používající ztrátový algoritmus, který výrazně snižuje kvalitu obrázků.

7.2.5 PAGESPEED NINJA

Pagespeed ninja je plugin pro zrychlení webových stránek podle standardů služby Google PageSpeed Insights. Autoři tohoto pluginu mají přes 10 let zkušeností optimalizování webů na více než 200 000 webových stránkách.

7.2.6 SWAP GOOGLE FONTS DISPLAY

Tento plugin slouží k dodatečné optimalizaci SEO. Princip je ve výměně Google Fontů, který se pomalu stahují, za záložní font, který se nemusí stahovat, a tak dočasně nahradí Google fonty, než se stáhnou a poté se jen vymění, aby se web nezpomaloval stahováním.

7.2.7 WP FASTEST CACHE

Wordpress Fastest Cache je plugin, který umožňuje rychlejší zobrazení webové stránky při opakované návštěvě. Využívá totiž cache aby uložil důležitá data do prohlížeče uživatele, aby je nemusel vždycky načítat při návštěvě stránky. Tento plugin umožňuje správci webové stránky nastavení paměti cache, jak s ní má pracovat, a co má ukládat.

7.2.8 ZENDESK CHAT WIDGET

Tento plugin slouží k vytvoření widgetu pro uživatele stránky, kde mohou komunikovat s online podporou na webu. Pokud podpora není online můžou uživatelé odeslat offline zprávu pro podporu.

7.3 ADOBE

Adobe je firma se softwarovými nástroji využívané především v oblasti grafiky a digitálního marketingu. Jejich hlavní softwarové nástroje jsou hlavně Adobe Photoshop a Adobe Illustrator, ale také programy, pro úpravu a publikování souborového formátu PDF, jako je Adobe Acrobat a Adobe Reader.

7.3.1 ADOBE ILLUSTRATOR CC 2020

Grafický program primárně určený pro tvoření a editaci vektorové grafiky, kterou je možné využít zejména k vytváření grafiky webové stránky vektorových log a ikon.

7.3.2 ADOBE PHOTOSHOP CC 2020

Další grafický program známý po celém světě díky své možnosti editace a tvoření rastrové grafiky pro obsah na webové stránky nebo na úpravu fotografií.

7.4 GOOGLE ADS

Google Ads je online reklamní program společnosti Google. Prostřednictvím služby Google Ads můžete vytvářet online reklamy a oslovit publikum v momentě, kdy se zajímá o vámi nabízené produkty nebo služby.[18]

7.5 GOOGLE ANALYTICS

Google analytics je nástroj, který umožňuje majitelům webových stránek sledovat statistiky o uživateli a reálně sledovat provoz na webových stránkách.

8 GRAFICKÝ DESIGN

8.1 LOGO

Logo je základ grafického designu a zároveň nejdůležitější poznávací značka firmy. Jeho vzhled by měl být zapamatovatelný a spojující s právě touto firmou. Proto moje logo obsahuje obrys monitoru (viz Obrázek 2 - Logo firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní) jako definici IT služby a název firmy: "IT servis Jiránek". Logo má základní barvy oranžové #ff6619 a modré #0066ff, které jsem si na začátku určil jako barvy jednotného designu.



Obrázek 2 - Logo firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

8.2 VIZITKA

Vizitka je zejména používána podnikateli jako jednoduchý informační leták pro potenciální zákazníky. V české republice je stanovena velikost této tiskoviny na 95 milimetrů délky a 50 milimetrů šířky. Vizitka firmy IT servis Jiránek (viz Obrázek 3 – Vizitky pro IT servis Jiránek) obsahuje základní kontaktní informace na technika v souladu s jednotným designem barev.



Obrázek 3 – Vizitky pro IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

8.3 BANNER

Banner firmy IT servis Jiránek je použit jako cover na stejnojmenné facebookové stránce. Design je podobný jako u zadní strany vizitky.

IT servis Jiránek

Vojtěch Jiránek



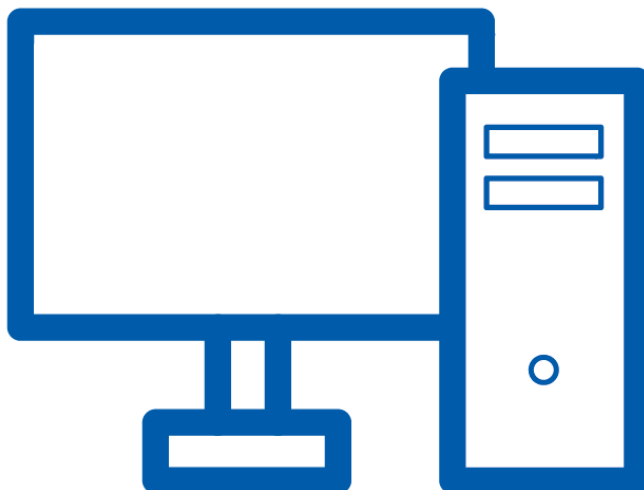
www.itservisjiraneek.cz



Lovčice 167
Lovčice
503 61



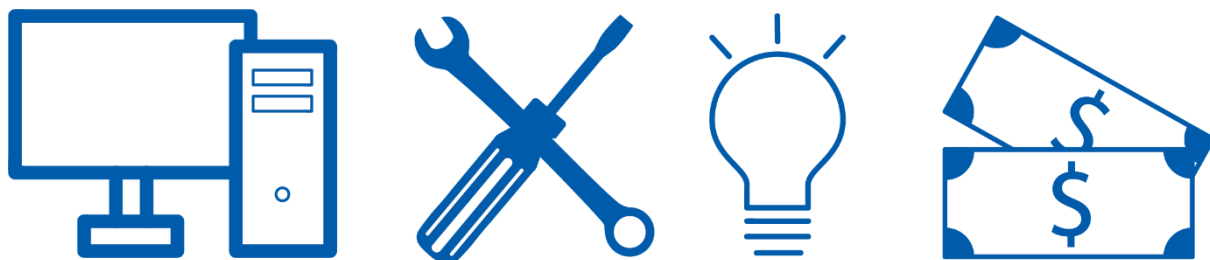
+420 736 415 233



Obrázek 4 - Banner pro facebookovou stránku IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

8.4 VEKTOROVÉ IKONY

Vektorové ikony jsou zde použity na webu IT servis Jiránek jako grafické obeznámení návštěvníka ohledně služeb, které tato firma poskytuje.



Obrázek 5 - Vektorové ikony pro web IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

8.5 CENÍK SLUŽEB

Ceník služeb slouží potencionálním zákazníkům pro orientaci v cenách služeb (viz Servisní úkony jsou rozděleny do kategorií téměř identicky jako na webu v ceníku služeb (viz Obrázek 12 - Podstránka Ceník služeb ZDROJ: Vlastní).



Oprava počítače/notebooku

Servisní úkon	Cena
Diagnostika - zjištění závady, analýza problému	300 Kč
Expresní servis - poplatek za expresní servis	800 Kč
Instalace programu - na Windows XP, Vista, 7, 8, 10, cena nezahrnuje případnou cenu softwaru	200 Kč
Instalace operačního systému - zavedení OS Windows XP, Vista, 7, 8, 10. Provedení základního nastavení včetně konfigurace ovladačů hardwaru	400 Kč
Nastavení OS, programu - konfigurace operačního systému / programu u Windows XP, Vista, 7, 8, 10	400/Kč hod.
Záloha vašich dat - z počítače na datový nosič (CD, DVD, HDD, SSD, Flash disk) - cena nezahrnuje datové médium	500 Kč
Výměna prasklého displeje notebooku - provedeme výměnu prasklého nebo jinak poškozeného displeje vašeho notebooku (displej není součástí ceny)	400 Kč
Výměna klávesnice - promáčenou nebo jinak poškozenou klávesnici vyměníme za novou (klávesnice není součástí ceny)	500 Kč
Odvirování - odstranění virů, spyware, malware, trojských koní u systémů Windows XP, Vista, 7, 8, 10	800 Kč
Zrychlení systému - vyčištění OS, optimalizace registrů, defragmentace dat na disku, kontrola spuštěných procesů a aplikací na pozadí	700 Kč
Vyčištění počítače - Kompletní vyfoukání prachu z PC skříně, Snížení hluchnosti ventilátorů. Výměna teplovodivé pasty u procesoru	500 Kč
Vyčištění notebooku - důkladné vyfoukání vnitřku zařízení. Vyčištění šasi, ventilátorů (ztišení větráčků). Výměna teplovodivé pasty u CPU a GPU	700 Kč
Vyčištění politého notebooku - ošetření oxidujících plošných spojů základní desky, zabránění zkratu součástek	2000 Kč
Vyčištění politého telefonu - telefon kompletně vyčistíme a ošetříme proti oxidaci, která může způsobit zkrat součástek	1400 Kč

Kontakt informace:

Vojtěch Jiránek
+420 732 415 233
vojtik.jiraneck@seznam.cz

Adresa:

Lovčice 167
503 61 Lovčice

Otevírací doba:

Pondělí – pátek: 15:00–20:00
Sobota a neděle: 8:00–21:00

Vylepšení počítače/notebooku

Servisní úkon	Cena
Montáž komponent - odborně do vašeho počítače přidáme komponenty jako jsou hardisk, paměti RAM, grafická karta, procesor a další díly	200 Kč
Návrh počítače - kompletní sestava dle plánovaného využití a požadovaného výkonu	600 Kč
Fyzické sestavení počítače - nezahrnuje cenu dílů a komponent	400 Kč
Montáž vnitřních komponent v notebooku - přidáme či vyměníme díly jako jsou hardisk, paměti RAM, procesor, reproduktory a další (díly nejsou součástí ceny)	700 Kč

Oprava telefonu

Servisní úkon	Cena
Diagnostika telefonu - zjištění závady, analýza problému	300 Kč
Expresní servis telefonu - jednorázový poplatek za přednostní servis	800 Kč
Výměna prasklého displeje telefonu - nabízíme odbornou výměnu dotykové vrstvy (digitizeru), LCD či celého předního panelu (díly není součástí ceny)	900 Kč
Instalace aplikace - na telefon s OS Android, iOS - cena nezahrnuje cenu aplikace	500 Kč
Instalace operačního systému - zavedení OS Android, iOS, Windows Mobile	500 Kč
Záloha vašich dat - z telefonu na datový nosič (CD, DVD, HDD, SSD, Flash disk) - cena nezahrnuje datové médium	300 Kč
Oprava napájecího konektoru telefonu - provedeme výměnu nebo opravu USB napájecího konektoru vašeho telefonu (USB konektor není součástí ceny)	1000 Kč

Nastavení wifi sítě

Servisní úkon	Cena
Diagnostika - zjištění závady, analýza problému	300 Kč
Expresní servis - jednorázový poplatek za přednostní servis	800 Kč
Jednoduché nastavení domácí sítě - základní nastavení routerů podle zákazníka	900 Kč
Pokročilé nastavení sítě - pokročilejší nastavení sítě s více než dvěma síťovými zařízeními	500 Kč
Vyměnění síťového zařízení - odborná výměna routeru, switchu a dalších podobných zařízení - cena nezahrnuje zařízení	500 Kč
Natažení UTP kabelu - natažení Lan kabelu přes domácnost včetně zakrimpování koncovky - cena nezahrnuje kabeláž	300 Kč

Ceny jsou pouze orientační a mohou se měnit podle Vaší konkrétní objednávky. Ceny jsou platné od 1.4.2020

Kontakt informace:

Vojtěch Jiránek
+420 732 415 233
vojtik.jiraneck@seznam.cz

Adresa:

Lovčice 167
503 61 Lovčice

Otevírací doba:

Pondělí – pátek: 15:00–20:00
Sobota a neděle: 8:00–21:00

Obrázek 6 - Ceník služeb IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní

9 MOŽNOSTI PROPAGACE

9.1 NOVINOVÁ INZERCE

Novinová inzerce má využití v oslovení zejména staršího segmentu trhu. Možnosti inzerce v okolí firmy jsou u Chlumeckých listů (viz Obrázek 8 - Ceník pro inzerci do Chlumeckých listů) s přibližně 5500 výtisky nebo u Pocerilských novin (viz Obrázek 7 - Ceník Pocerilských novin) s 22 000 ks výtisků na Novobydžovsku.

Ceník služeb, které poskytuje Město Chlumeck nad Cidlinou

Ceník platný od 01.10.2004., poslední změny platné od 01.01.2013

Ceny inzercí v Chlumeckých listech – ceny uváděny včetně 21 % DPH

	Četnost inzercí v roce	Cena za 1 inzerát	Cena celkem
Zadní barevná strana Chlumeckých listů A 4	1 x	2.200,- Kč	
	3 x	2.000,- Kč	6.000,- Kč
	6 x	1.900,- Kč	11.400,- Kč
	12 x	1.800,- Kč	21.600,- Kč
Zadní barevná strana uvnitř Chlumeckých listů A 4	1 x	1.900,- Kč	
	3 x	1.700,- Kč	5.100,- Kč
	6 x	1.600,- Kč	9.600,- Kč
	12 x	1.500,- Kč	18.000,- Kč
Inzerce uvnitř Chlumeckých listů A 4	1 x	1.700,- Kč	
	3 x	1.500,- Kč	4.500,- Kč
	6 x	1.400,- Kč	8.400,- Kč
	12 x	1.300,- Kč	15.600,- Kč
½ strany	1 x	900,- Kč	
	3 x	800,- Kč	2.400,- Kč
	6 x	750,- Kč	4.500,- Kč
	12 x	700,- Kč	8.400,- Kč
¼ strany	1 x	500,- Kč	
	3 x	450,- Kč	1.350,- Kč
	6 x	400,- Kč	2.400,- Kč
	12 x	350,- Kč	4.200,- Kč
Rádková inzerce (určena pouze pro fyzické osoby nepodnikající, v maximálním rozsahu 50 znaků)		100,- Kč	
Poděkování (vzpomínka)		50,- Kč	

Od platby za inzerci jsou osvobozeny příspěvkové organizace a organizační složky, jejichž zřizovatelem je město Chlumeck nad Cidlinou.

Osvobození se dále vztahuje na inzerci akcí, jejichž pořadatelem nebo spolupořadatelem je město Chlumeck nad Cidlinou a na inzerci akcí občanských sdružení a jiných neziskových organizací, na nichž nebude vybíráno vstupné.

Obrázek 8 - Ceník pro inzerci do Chlumeckých listů ZDROJ: [19]

Titulní strana - 28 Kč / cm ²				
popis	šířka x výška (mm)	náhled rozměru na stránce	cena bez DPH	cena s 21% DPH
Půlvizitka	60 x 55	náhled Půlvizitka	924,-	1 018,-
Vizitka naležato	105 x 55	náhled Vizitka naležato	1 617,-	1 957,-
Vizitka nastojato	60 x 115	náhled Vizitka nastojato	1 932,-	2 338,-
Pásek	215 x 55	náhled Pásek	3 311,-	4 006,-
Velký pásek	280 x 55	náhled Velký pásek	4 312,-	5 218,-
Čtvrtka	105 x 115	náhled Čtvrtka	3 381,-	4 091,-
Velká čtvrtka	170 x 115	náhled Velká čtvrtka	5 474,-	6 624,-
Malá půlka	215 x 115	náhled Malá půlka	6 923,-	8 377,-
Velká půlka	280 x 175	náhled Velká půlka	13 720,-	16 601,-

Zadní strana - 23 Kč / cm ²				
popis	šířka x výška (mm)	náhled rozměru na stránce	cena bez DPH	cena s 21% DPH
Půlvizitka	60 x 55	náhled Půlvizitka	759,-	918,-
Vizitka naležato	105 x 55	náhled Vizitka naležato	1 569,-	1 898,-
Vizitka nastojato	60 x 115	náhled Vizitka nastojato	1 587,-	1 920,-
Pásek	215 x 55	náhled Pásek	3 214,-	3 889,-
Velký pásek	280 x 55	náhled Velký pásek	4 186,-	5 065,-
Čtvrtka	105 x 135	náhled Čtvrtka	3 260,-	3 945,-
Velká čtvrtka	170 x 135	náhled Velká čtvrtka	5 279,-	6 388,-
Malá půlka	215 x 135	náhled Malá půlka	6 676,-	8 078,-
Velká půlka	280 x 205	náhled Velká půlka	13 202,-	15 974,-

Vnitřní strana - 21 Kč / cm ²				
popis	šířka x výška (mm)	náhled rozměru na stránce	cena bez DPH	cena s 21% DPH
Čtvrtvizitka	60 x 25	náhled Čtvrtvizitka	315,-	381,-
Půlvizitka	60 x 55	náhled Půlvizitka	693,-	839,-
Vizitka naležato	105 x 55	náhled Vizitka naležato	1 433,-	1 734,-
Vizitka nastojato	60 x 115	náhled Vizitka nastojato	1 449,-	1 753,-
Pásek	215 x 55	náhled Pásek	2 935,-	3 551,-
Velký pásek	280 x 55	náhled Velký pásek	3 922,-	4 725,-
Čtvrtka	105 x 135	náhled Čtvrtka	2 977,-	3 602,-
Velká čtvrtka	170 x 135	náhled Velká čtvrtka	4 819,-	5 831,-
Malá půlka	215 x 135	náhled Malá půlka	6 095,-	7 409,-
Velká půlka	280 x 205	náhled Velká půlka	12 054,-	14 585,-

Ceník rádkové inzercí		
popis	cena	
Vnitřní strana - rádková inzerce	Prvních 40 znaků: paušál 80,-	Každý další znak: 1,60,-
Př celoroční inzerci max. 10% SLEVA.		

Obrázek 7 - Ceník Pocerilských novin ZDROJ: [20]

9.2 GOOGLE ADS

V Google Ads je nastavena kampaň (viz Obrázek 9 - Google Ads nastavení kampaně ZDROJ: [18]) s rozsahem působnosti 30 Km od Chlumce nad Cidlinou s maximálním zobrazením 3221 zobrazením ročně. Do reklamy je také přidáno telefonní číslo, aby potenciální zákazníci mohli ihned získat kontakt na firmu.

Kontrola nastavení kampaně

Název kampaně Oprava a údržba IT vybavení

Odhadovaný výkon

- 1 917–3 221 zobrazení měsíčně
- 78 – 131 kliknutí měsíčně

Cíl kampaně

Návštěva obchodu

Místa

Zobrazte reklamu lidem, které zajímají vaše produkty a služby, v okruhu 30 kilometrů od místa Česko

UPRAVIT

Rozpočet

17,00 Kč v průměru denně

517,00 Kč měsíční maximum

UPRAVIT

Vaše reklama

Oprava a údržba IT vybavení | IT servis
Jiránek | Chlumec nad Cidlinou a okolí
www.itservisjiraneck.cz

Provádíme údržby, opravy, popřípadě prodej IT vybavení zejména u počítačů a notebooků. Umíme problémy vyřešit na...

UPRAVIT

Produkty a služby

- Počítačové poradenství
- Služba notebooků
- pc servis
- čistění notebooku
- Počítač
- sestavení pc
- oprava displeje
- oprava tabletu
- Zapojení síťového kabelu

UPRAVIT

Telefonní hovory

Do reklamy jste přidali telefonní číslo, na které můžete přijímat ověřené hovory

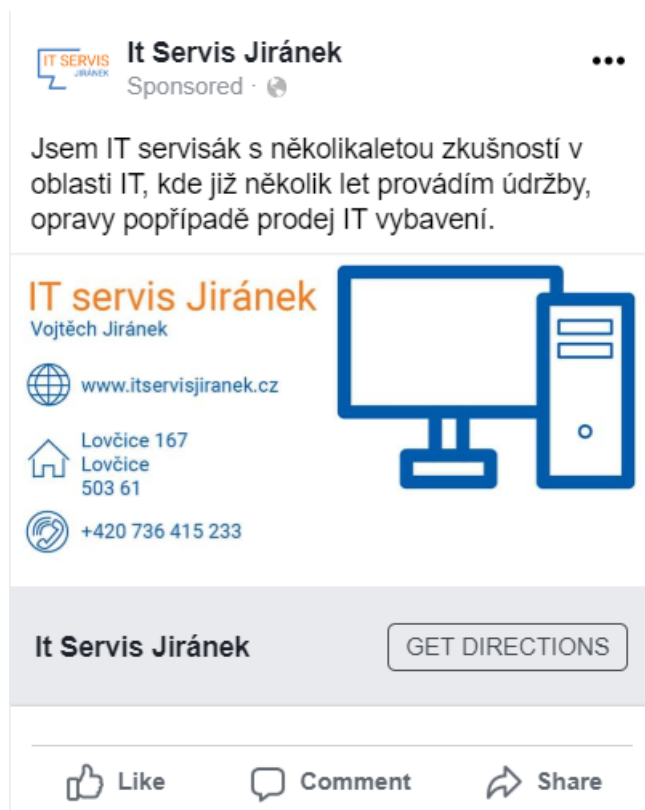
UPRAVIT

ZPĚT DALŠÍ

Obrázek 9 - Google Ads nastavení kampaně ZDROJ: [18]

9.3 FACEBOOK ADS

Facebook Ads je reklamní formát v populární sociální síti Facebook. Reklama využívá platební modely PPC (pay per click, platba za proklik) a PPV (pay per view, platba za zobrazení). Zde je kampaň nastavena na dosah 20 km od Chlumce nad Cidlinou zároveň s potenciálním dosažením 82 000 zobrazení.



Obrázek 10 - Návrh Facebookové reklamy ZDROJ: [19]

10 WEBOVÉ STRÁNKY

10.1 DRÁTĚNÝ MODEL WEBOVÝCH STRÁNEK (WIREFRAME)

Drátěný model pomáhá odstranit problémy při tvorbě webu. Zabrání jeho špatnému navržení a vytvoření nelogického rozmístění obsahu a funkčních prvků. Pro každou stránku je důležité definovat rozmístění jednotlivých obsahových prvků, nezapomenout na „call to action“ a určit funkce prvků každé stránky. Při takovémto návrhu se za pomoci wireframe stanoví nejen rozmístění prvků, ale také jejich velikost a provázanost. Pro jednoduchost projektu jsem zde wireframe nekonstruoval.[12]

10.2 DOMOVSKÁ STRÁNKA

Hlavní stránka, je stránka, na kterou bude zákazník přeměřován po zadání adresy www.itservisjiraneek.cz. Horní panel této stránky (viz Obrázek 11- Hlavní stránka ZDROJ: Vlastní) obsahuje logo firmy a vpravo naleznete navigační panel s odkazy, díky kterým je možno přeměřovat na všechny podstránky. Na této stránce dále najdete stručné představení firmy. Přehled nabízených služeb. A nakonec Google mapa s adresou firmy. Dále zde najdeme postranní panel s adresou a otevírací doba.

IT SERVIS
JIRÁNEK

DOMŮ CENÍK SLUŽEB KONTAKT OBJEDNÁVKY

Vítejte na webové stránce pro IT servis

Jsem IT servisák s několikaletou zkušeností v oblasti IT, kde provádíme údržbu, opravy, popřípadě prodej IT vybavení. Opravujeme jak samotné počítače, tablety a mobily, tak samozřejmě není problém vyřešit problémy se sítí, různé periferie jako například tiskárny. Vše řešíme osobním kontaktem, telefonicky nebo e-mailem. Umíme problém vyřešit na dálku, ale pokud bude potřeba dokážeme přijet k Vám.

- Opravy**
S ledničkou Vám sice neporadíme, ale mobily, tablety, počítače a notebooky to už je naše parketa.
- Prodej**
Případy Vám vaše zařízení moc pomalé? Nabídneme Vám možnosti zrychlení a vylepšení včetně objednání a instalace komponent.
- Údržba**
Stejně jako automobil, i počítač potřebuje jednou za čas údržbu.
- Návrh řešení**
Chcete doma rozšířit svoji domácí internetovou síť? Pomůžeme Vám s návrhem a realizací.

Sketche

Tady máte pár sketchů na pobavení. Pokud se v nich vidíte tak jste na správné adrese.

Zobrazit větší mapu

Najdete nás
Adresa
Lovčice 167
503 61 Lovčice
Otevírací doba
Pondělí — pátek: 15:00-20:00
Sobota a neděle: 8:00-21:00

Web běží na WordPress | Šablona: Evo Business

Privacy & Cookies Policy

Nápověda

Obrázek 11- Hlavní stránka ZDROJ: Vlastní

10.3 PODSTRÁNKA CENÍK SLUŽEB

V podstránce Ceník služeb (viz Obrázek 6 - Ceník služeb IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní) nalezneme seznam veškerých služeb prováděných firmou IT servis Jiránek. V boxových layerech naleznete popis služby plus produktovou fotografii znázorňující konkrétní službu. Jednotlivé služby mají vlastní podstránku, na kterou odkazují texty pod produktovými fotografiemi. Po kliknutí na text, vstoupí zákazník do podstránky jednotlivých služeb.

IT SERVIS
JIRANEK

DOMŮ CENÍK SLUŽEB KONTAKT OBJEDNÁVKY

Ceník služeb

Zde po kliknutí na text naleznete podrobný ceník u jednotlivých zařízeních. Ceny jsou pouze orientační a můžou se měnit podle Vaší konkrétní objednávky.

Oprava počítače

Oprava notebooků

Oprava telefonu

Nastavení Wifi sítě

Odvírování a vyčištění

Vylepšení

Privacy & Cookies Policy

Web běží na WordPress | Šablona: Envo Business

Obrázek 12 - Podstránka Ceník služeb ZDROJ: Vlastní

10.4 PODSTRÁNKA DETAIL SLUŽEB

Podstránka Detail služeb (viz Obrázek 13 - Podstránka detail služeb ZDROJ: Vlastní) vyobrazuje v tabulce konkrétní činnosti prováděné technikem a jejich orientační ceny v rámci objednávky.



[DOMŮ](#) [CENÍK SLUŽEB](#) [KONTAKT](#) [OBJEDNÁVKY](#)

Oprava počítače



Servisní úkon	Cena
Diagnostika počítače - zjištění závady, analýza problému	300 Kč
Expresní servis počítače - poplatek za expresní servis	800 Kč
Instalace programu - na Windows XP, Vista, 7, 8, 10, cena nezahrnuje případnou cenu softwaru	200 Kč
Instalace operačního systému - zavedení OS Windows XP, Vista, 7, 8, 10. Provedení základního nastavení včetně konfigurace ovladačů hardwaru	400 Kč
Nastavení OS, programu - konfigurace operačního systému / programu u Windows XP, Vista, 7, 8, 10,	400 Kč/hod
Záloha vašich dat - z počítače na datový nosič (CD, DVD, HDD, SSD, Flash disk) - cena nezahrnuje datové médium	500 Kč

Web běží na [WordPress](#) | Šablona: [Envo Business](#)

[Privacy & Cookies Policy](#)

Obrázek 13 - Podstránka detail služeb ZDROJ: Vlastní

10.5 PODSTRÁNKA KONTAKT

Podstránka Kontakt je primárně určena k vyhledání kontaktních informací např. Telefonní číslo nebo email. Dále zde nalezneme místo působitě nebo otevírací dobu.

IT SERVIS
JIRÁNEK

DOMŮ CENÍK SLUŽEB KONTAKT OBJEDNÁVKY

Kontakt

Kontaktní informace

Vojtěch Jiránek
+420 732 415 233
vojtik.jiraneck@seznam.cz

Adresa
Lovčice 167
503 61 Lovčice

Otevírací doba
Pondělí — pátek: 15:00-20:00
Sobota a neděle: 8:00-21:00

Lovčice 167
Lovčice 167, 503 61 Lovčice
Zobrazit větší mapu

Trasa

URBAN KOVO s.r.o

Jiří Věříš - Zahradní krby

MůjObchod Večerka Lovčice

Promat servis s.r.o

čs LOVČICE, IFCAO sro

DELIKA - PET

Štítarský potok

Lovčice - Obecní Úřad

Lovčice 167

Google

Data map ©2020 Podmínky použití Nahlašit chybu v mapě

Privacy & Cookies Policy

Web běží na WordPress | Šablona: Envo Business

Obrázek 14 - Podstránka Kontakty ZDROJ: Vlastní

10.6 PODSTRÁNKA OBJEDNÁVKY

Podstránka Objednávkový formulář, umožní zákazníkovi domluvit si objednávku technika a slouží k pozdějšímu kontaktování zákazníka. Tento formulář obsahuje dotazy ohledně kontaktních informací zákazníka a zároveň popis problému, který pro technika slouží jako pochopení situace a problému konkrétního zákazníka. Na konci této stránky nalezne odkaz na webovou stránku ohledně zpracování osobních údajů a také tlačítko na odeslání požadavku technikovi.



Objednávkový formulář

Pole označené * jsou povinné

Vaše jméno a příjmení *

Adresa *

Město *

PSČ *

Kontaktní email *

Stručný popis problému *

Tady popište Váš IT problém.

Odesláním formuláře souhlasíte se [zpracováním osobních údajů](#)

Odeslat

10.7 PODSTRÁNKA ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ

Podstránka Zpracování osobních údajů obsahuje veškeré informace, které by mohly odesilatele objednávkového formuláře zajímat. Jak vidíte na obrázku č.16 tato podstránka vysvětluje uživateli kdo tyto osobní údaje sbírá, jaké údaje z formuláře sbírá, na jak dlouho je sbírá, jak využívá soubory cookies, na co má návštěvník právo a na koho se může obrátit.



Naše ochrana Vašim osobních údajů

Vaše osobní údaje sbírá:

- Vojtěch Jiránek
- Sídlo: Lovčice 167, Lovčice, 503 61
- Kontaktní e-mail: vojtik108@gmail.com

Sbíráme následující osobní údaje:

- Emailovou adresu
- Jméno
- Adresu bydliště

Důvod a účel sběru údajů

Dotazy k produktům a službám: na základě budoucího plnění smlouvy, abych mohl zodpovědět váš dotaz k poptávce služeb.

Cookies

Při procházení webových stránek měřím například, jak dlouho se na stránce zdržíte a ze které stránky přicházíte. Používání souborů cookie pro měření návštěvnosti webu a přizpůsobení zobrazení webových stránek vnímám jako oprávněný zájem správce.

Používání souborů cookie můžete ve svém prohlížeči zakázat.

Na co máte právo

- Dotázat se, jaké údaje zpracovávám, za jakým účelem, v jakém rozsahu, jak dlouho a kdo k nim má přístup.
- Můžete požádat o opravu, nebo výmaz těchto údajů.
- Můžete požádat o ukončení zaslání newsletterů. Sami se pak můžete kdykoliv odhlásit v zápatí jakéhokoli e-mailu.

Kam se můžete obrátit

Pokud si myslíte, že vaše údaje zpracovávám v rozporu s příslušnými právními předpisy, **kontaktujte mě**.

Pokud nebudete s řešením vaší stížnosti spokojeni, můžete podat stížnost na [Úřad pro ochranu osobních údajů](#).

Jak dlouho údaje uchovávám

Veškeré informace uschovávám po dobu 1 roku.

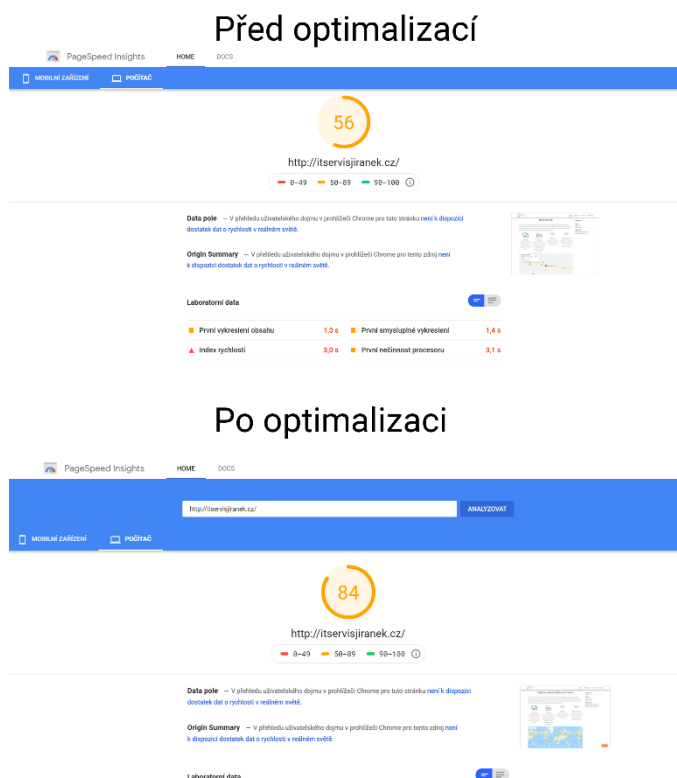
Tyto Zásady ochrany osobních údajů jsou platné a účinné od 1.1.2020

10.8 PAGESPEED INSIGHTS

Nástroj PageSpeed Insights analyzuje obsah webové stránky a poté vygeneruje návrhy, jak ji zrychlit. Tento nástroj je běžně dostupný na internetu. Po zadání adresy URL webové stránky, proběhne automaticky analýza té konkrétní stránky, která zhodnotí skóre rychlosti vycházející z laboratorních dat analyzovaných službou Lighthouse. Pokud je číslo v rozmezí 90–100 je skóre rychlé, v rozmezí 50–89 skóre průměrné a v případě v rozmezí 0–49 je pomalé. [16]

10.8.1 VÝSLEDKY PAGESPEED INSIGHT

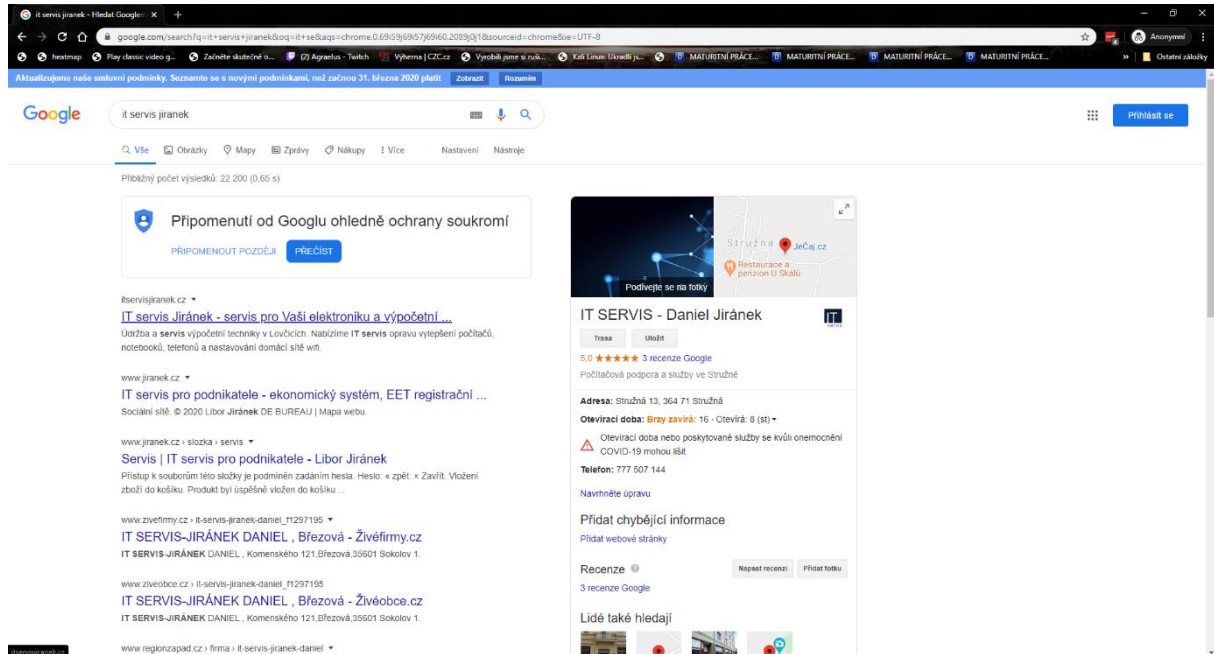
Výsledky PageSpeed Insight (viz. Obrázek 17 - výsledky optimalizace pomocí PageSpeed ZDROJ:[16]) jsou pozitivní, jelikož webová stránka je dobře optimalizovaná. Avšak nedosáhla perfektního výsledku kvůli načítání pluginu třetí strany Zendesk chat sloužící pro chatové okénko a YouTube videa zpomalující načítání stránky.



Obrázek 17 - výsledky optimalizace pomocí PageSpeed ZDROJ:[16]

10.9 SEO

V době psaní dokumentaci se díky optimalizaci SEO webová stránka nachází na první pozici vyhledávání (viz Obrázek 18 - Google vyhledávání výrazu IT servis Jiránek ZDROJ: [21])



Obrázek 18 - Google vyhledávání výrazu IT servis Jiránek ZDROJ: [21]

11 ZÁVĚR

Cílem této práce bylo vytvořit funkční marketingový mix vytvoření firmy se zaměřením na IT servis, který by měl lokálně řešit problémy a přání zákazníku v tomto oboru, jelikož v okolí firmy chybí firma jenom s cílem na opravování výpočetní techniky.

Kromě jednotného grafického designu má tato firma i webové stránky připravené k provozu a videa se budou moc použít k pozdější propagaci. V následujících měsících se bude usilovat, aby se tato firma stala realitou a nebyl to pouze koncept firmy.

12 ZDROJE

Pro tento dokument jsou uvedeny vytvořené citace z webu www.citace.com. Jedná se o nejrozšířenější a nejpoužívanější nástroj pro tvorbu citací.

12.1 SEZNAM LITERATURY

[1] PECKA, Miroslav. *Analytics & Zkreslení dat: Zmatení pojmů* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://blog.h1.cz/aktualne/analytics-zkresleni-dat-1-zmateni-pojmu/>

[2] KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. rozš. vyd. Praha: Grada, c2001. Profesionál. ISBN 8024700166.

[3] JANOUC, Viktor. *Internetový marketing*. 2. Brno: COMPUTER PRESS, 2014. ISBN 978-80-251-4311-7.

[4] PŘIKRYLOVÁ, Jana a Hana JAHODOVÁ. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: GRADA Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3622-8.

[5] BRANNAN, Tom. *Jak se dělá účinná reklama*. Praha: Management Press, 1996. ISBN isbn80-85603-99-3.

[6] FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN isbn978-80-251-3432-0.

[7] HEROUT, Tomáš. *Co je to cílová skupina* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.helpmark.cz/slovníkpojmu/494-cilova-skupina>

[8] KOCHRDA, Lukáš. *Co je e-mail marketing* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.mioweb.cz/slovníček/email-marketing/>

[9] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. ISBN 80-86898-48-2.

[10] ANDREJKO, Ján. *Co je SEO* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://www.visibility.cz/seo-prakticka-definice-roku-2017/>

[11] *WordPress* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://cs.wordpress.org/>

[12] Drátěný model webu (wireframe) [online]. [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://www.comerto.com/tvorba-webovych-stranek-a-internetovych-obchodu/jak-tvorime-weby/drateny-model-webu-wireframe>

[14] SEE, THINK, DO, CARE [online]. 2020 [cit. 2020-03-26]. Dostupné z: <https://www.seznam.cz/reklama/cz/obsahovy-web/stdc>

[16] *PageSpeed Insights* [online]. [cit. 2020-03-28]. Dostupné z: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

[17] *Co jsou persony a jak je tvořit?* [online]. 20.4.2017 [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://blog.webmium.cz/posts/co-jsou-persony-a-jak-je-tvorit>

[18] *Google Ads – definice* [online]. [cit. 2020-03-29]. Dostupné z: <https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=cs>

[19] *Ceník Chlumecké listy* [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: https://www.chlumeccnc.cz/assets/File.ashx?id_org=5180&id_dokumenty=8019

[20] *Pocidlinské noviny Ceník inzerce* [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <http://www.pocidlinsko.cz/cenik-inzerce/>

[21] *Google vyhledávání* [online]. [cit. 2020-03-31]. Dostupné z: <https://www.google.com/search?q=IT+servis+Jir%C3%A1nek&oq=IT+servis+Jir%C3%A1n>

12.2 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - SWOT analýza firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní.....	11
Obrázek 2 - Logo firmy IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní.....	17
Obrázek 3 – Vizitky pro IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní	18
Obrázek 4 - Banner pro facebookovou stránku IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní.....	19
Obrázek 5 - Vektorové ikony pro web IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní	19
Obrázek 6 - Ceník služeb IT servis Jiránek ZDROJ: Vlastní	20
Obrázek 7 - Ceník Pocidlinských novin ZDROJ: [20].....	21
Obrázek 8 - Ceník pro inzerce do Chlumeckých listů ZDROJ: [19].....	21
Obrázek 9 - Google Ads nastavení kampaně ZDROJ: [18].....	22
Obrázek 10 - Návrh Facebookové reklamy ZDROJ: [19]	23
Obrázek 11- Hlavní stránka ZDROJ: Vlastní	24
Obrázek 12 - Podstránka Ceník služeb ZDROJ: Vlastní	25
Obrázek 13 - Podstránka detail služeb ZDROJ: Vlastní	26
Obrázek 14 - Podstránka Kontakty ZDROJ: Vlastní	27
Obrázek 15 - Podstránka Objednávka ZDROJ: Vlastní.....	28
Obrázek 16- Podstránka Ochrana osobních údajů ZDROJ: Vlastní	29
Obrázek 17 - výsledky optimalizace pomocí PageSpeed ZDROJ:[16]	30
Obrázek 18 - Google vyhledávání výrazu IT servis Jiránek ZDROJ: [21].....	31