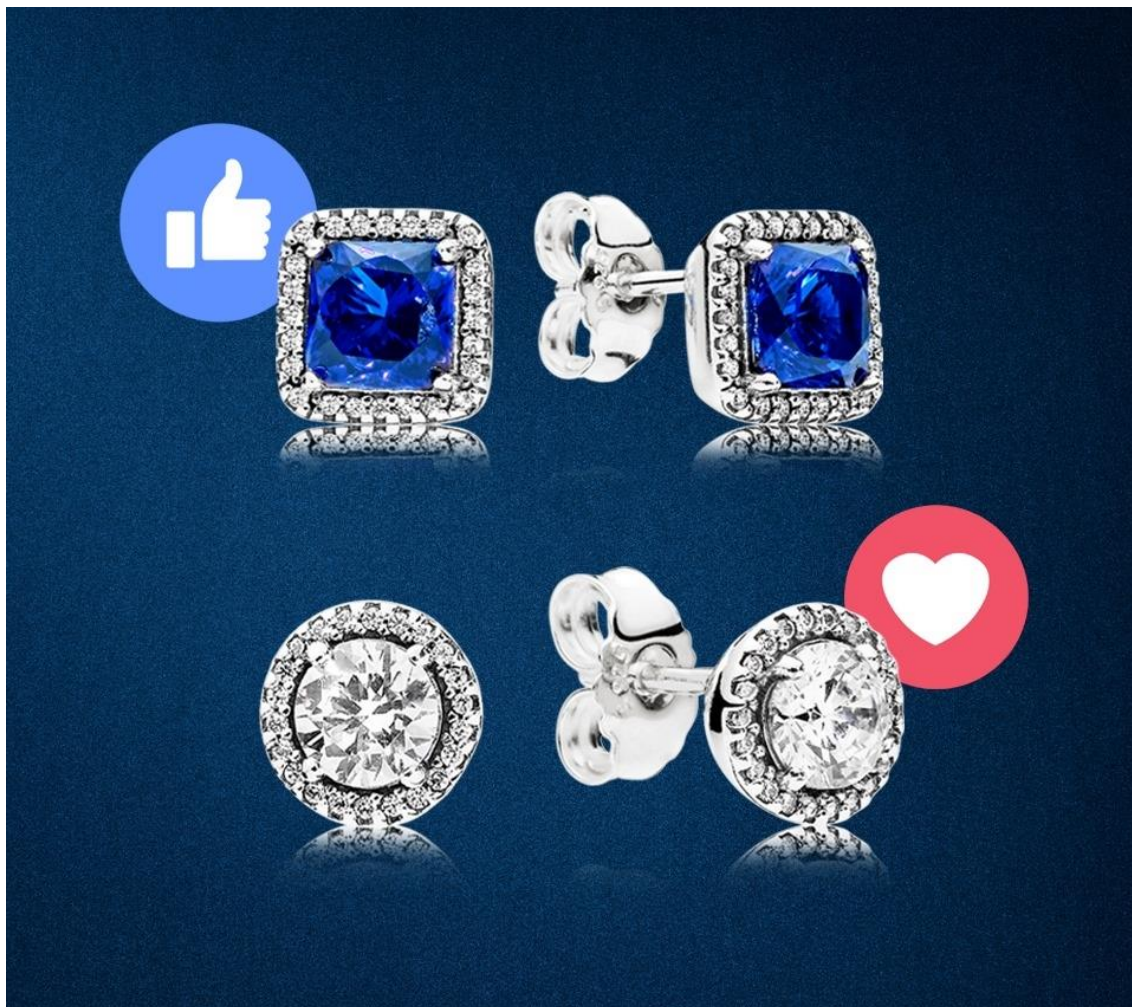


SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Hlasování za pomoci variací tlačítka líbí se mi



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 2: Částečný přepis záznamu z ohniskové skupiny

1. Kdybyste měli vybrat mezi cenou, produktem a propagací, který z těchto prvků Vám přijde jako nejzásadnější pro úspěšnou obchodní aktivitu?

Markéta: „Propagace...“

Tomáš: „Aby byla firma úspěšná, musí fungovat všechny tři (respektive 4P) dohromady. Klíčová je také ještě cílová skupina.“

Hanka: „Určitě propagace...“

Petr: „Propagace nebo produkt. Produkt musí být také zajímavý, ale dobrou propagací ho vždy prodáš. Takže vítězí propagace.“

Pavčina: „Propagace!“

Aleš: „Produkt...“

2. Proč právě tento prvek?

Markéta: „Každý produkt má svého kupce, ale ten se o něm musí nějak dozvědět... Jde jen o to zákazníkům ukázat, že danou věc potřebují.“

Aleš: „Bez produktu nemůže být propagace a od těchto dvou prvků se odvíjí cena produktu.“

Pavčina: „Na produktu a jeho ceně nezáleží, tyto parametry mohou omezit leda cílovou skupinu zákazníků. Propagace je ale klíčem k prodejm a popularitě výrobku.“

Hanka: „Propagaci vnímám jako stěžejní pilíř, protože bez správné propagace se produkt nedostane k zákazníkovi.“

Petr: „Možnost zasáhnout potenciální zákazníky“

3. Jaké nástroje marketingové komunikace považujete za nejefektivnější? A proč? (noviny, sociální síť, billboardy, newslettery, atd.)

Petr: „Sociální síť, ale záleží na cílovce...“

Hanka: „Záleží na cílové skupině a samotném produktu. Marketingovou komunikaci bych volila podle toho, kde se bude má cílová skupina pohybovat nejvíc. Ideální způsob oslovení zákazníka je marketingový mix, kdy zvolíme komunikaci online i offline. Obecně považuji za efektivní oslovení zákazníků tam, kde se pohybují nejčastěji, což jsou v dnešní době sociální síť.“

Markéta: „Internetová reklama...“

Tomáš: „Záleží na produktu a cílové skupině“

Pavčina: „V současné době PPC a sociální sítě obecně. Nízké náklady, vysoký dosah, lépe měřitelný efekt reklamy a lepší možnost zacílení.“

Aleš: „Sociální sítě, mají v dnešní době největší sílu napříč generacemi populace.“

4. Které nástroje marketingové komunikace považujete za nízkonákladové?

Pavčina: „Stále ještě sociální sítě.“

Hanka: „Guerilla marketing...“

Tomáš: „Záleží, jak mám navrženou kampaň. A také na mém budgetu.“

Aleš: „Sociální sítě...“

Markéta: „PR jakožto vyjednání spolupráce s influencery ve stylu barteru...“

Petr: „Sociální sítě v rámci počtu oslovení a cíleného doručení sdělení.“

5. Jakým způsobem dostat marketingové sdělení co nejrychleji k zákazníkovi?

Aleš: „Správným targetem...“

Markéta: „Napříč netem...“

Pavčina: „Online reklama, sociální sítě...“

Petr: „Sociální sítě...“

Tomáš: „Záleží na cílové skupině...“

Hanka: „Placenou propagací...“

6. Hraje SEO (optimalizace webových stránek) nějakou roli v rámci propagace?

Hanka: „Ano, jako zdroj trafficu SEO zvyšuje návštěvnost webu také v organickém vyhledávání.“

Pavčina: „V současné chvíli už ne tolik. Dříve bylo SEO daleko mocnějším nástrojem. Dnes se zvláště e-shopy přiklání k rozumu na úkor viditelnosti – což je podle mě pozitivní efekt.“

Petr: „Ano.“

Aleš: „Zřejmě ano...“

Markéta: „Velkou, pokud daný produkt není naprosto jedinečný svého druhu.“

Tomáš: „Ano, klíčovou

7. Který z nástrojů marketingové komunikace (propagace) je podle Vás v současné době nejvíce rozšířený?

Pavčina: „Print...“

Petr: „Online reklama na webu a sociálních sítích.“

Tomáš: „Trendy jsou nyní sociální média.“

Hanka: „Internetová reklama – PPC, PPA a placený mediální prostor – bannery, kontextová reklama.“

Markéta: „Neumím vybrat jen jeden.“

Aleš: „Web a sociální sítě...“

8. Je soutěž dobrým nástrojem pro propagaci? Jaké máte zkušenosti s tímto nástrojem?

Petr: „Ano, výborné - nízké náklady a velký dosah.“

Tomáš: „Může být. Pokud je soutěž udělaná zajímavě. Tedy malé bariéry pro vstup do soutěže a zajímavé ceny, tak to může velmi dobře fungovat.“

Markéta: „Rozhodně není špatným. Záleží, jak je soutěž nastavena, aby značka neškodila (např. nepřivedla mraky neaktivních fanoušků na FB stránku). A je nutné soutěžní pravidla a celý princip co nejlépe ošéfovat, aby vyřadila herní mafii.“

Pavčina: „Ano. Pozitivní.“

Aleš: „Průměrný nástroj...“

Hanka: „Soutěž může dobře fungovat jen jako podpůrný nástroj. Výhra, ani soutěž nemůže nahradit základní vazbu mezi zákazníkem a produktem.“

9. V čem vidíte největší potenciál? Prostřednictvím kterého nástroje marketingové komunikace se bude podle Vás komunikovat nejvíce během následujících 2 let?

Tomáš: „Sociální media mají velkou výhodu. Rychlá reakce, dobré cílení a segmentace...“

Aleš: „Sociální sítě a aplikace v chytrých telefonech.“

Petr: „Online reklama - soc. sítě, online video...“

Markéta: „Reklama...“

Pavčina: „Bude převládat online.“

Hanka: „Online reklama – demarketing, retargeting, PPC...“

10. Májí nástroje online marketingu nějaká úskalí? Jaká?

Petr: „Ano, doručování obsahu v rámci reklamy nemusí vždy odpovídat cílové kategorii, kterou chceme zasáhnout.“

Markéta: „Teď s ochranou osobních dat to úskalí rozhodně bude hlavně pro online reklamu!“

Hanka: „Dynamičnost oboru online marketingu vyžaduje neustálé zvyšování kvalifikace zaměstnanců v oboru. Na specialistu v tomto oboru jsou kladeny čím dál vyšší nároky.“

Aleš: „Vysoké konkurenční prostředí...“

Pavčina: „Ano, Marka Zuckerberga, Seznam a Google.“ (smích)

Tomáš: „Napadají mě jen výhody. Měřitelnost, cílení, efektivní zásah...“

11. Jaké nástroje marketingové komunikace jsou podle vás nejvíce vhodné pro e-shop?
(napište max. 3)

Aleš: „SEO, PPC a sociální síť...“

Markéta: „Reklama, PR, přímý marketing...“

Pavčina: „PPC - Sklik plus Google AdWords, FB reklama a možná letáčky do schránky.“

Hanka: „PPC – placená reklama díky vhodným klíčovým slovům... Remarketing – oslovení zákazníků během nákupního procesu, kteří o zboží projeví zájem (kliknutí na položku, zboží v košíku, apod.)... a e-mailing pro zákazníky, kteří se registrovali.“

Tomáš: „Online marketing, remarketing a sociální síť“

Petr: „Vyhledávače a sociální síť...“

Příloha č. 3: Seznam klíčových slov

akce na sperky	kvalitní šperky	pevný náramek
akce na stříbrné sperky	levné sperky	privesek
akce na stříbrné šperky	levné stříbrné naramky	privesek stříbrný
akce na šperky	levné stříbrné naramky	privesky
eshop se sperky	levné šperky	přívěsek
e-shop se sperky	luxusní naramky	přívěsek stříbrný
eshop se stříbrnými sperky	luxusní naramky	přívěšky
e-shop se stříbrnými sperky	luxusní sperky	ručně dohotovené sperky
eshop se stříbrnými šperky	luxusní stříbrné naramky	ručně dohotovené stříbrné sperky
e-shop se stříbrnými šperky	luxusní stříbrné šperky	ručně dohotovené stříbrné šperky
eshop se šperky	luxusní stříbrné šperky	ručně dohotovené šperky
e-shop se šperky	luxusní šperky	šperky
internetový obchod se sperky	náramek	sleva na stříbrné sperky
internetový obchod se stříbrnými sperky	náramek	sleva na stříbrné šperky
internetový obchod se stříbrnými šperky	náramek pevný	sperky
internetový obchod se šperky	náramek pevný	sperky eshop
kvalitní sperky	náramek stříbrný	sperky e-shop
kvalitní stříbrné sperky	náramek stříbrný	sperky levné
kvalitní stříbrné šperky	naramky	sperky pro ženy
	náramky	sperky sleva
	naramky stříbrné	sperky stříbrné
	náramky stříbrné	sterlingové stříbro
	pevný náramek	sterlingové stříbro

stříbrné naramky	stříbrné šperky eshop	šperky stříbrné
stříbrné šperky	stříbrné šperky e-shop	visací přívěsek
stříbrné šperky akce	stříbrné šperky pro ženy	visací přívěsky
stříbrné šperky eshop	stříbrné šperky sleva	visací přívěsek
stříbrné šperky e-shop	stříbrný náramek	visací přívěsky
stříbrné šperky pro ženy	stříbrný přívěsek	visací stříbrný přívěsek
stříbrné šperky sleva	stříbro	visací stříbrný přívěsek
stříbrný náramek	šperky	zlevněné šperky
stříbrný přívěsek	šperky eshop	zlevněné stříbrné šperky
stříbro	šperky e-shop	zlevněné stříbrné šperky
stříbrné naramky	šperky levně	zlevněné šperky
stříbrné šperky	šperky pro ženy	
stříbrné šperky akce	šperky sleva	

Příloha č. 4: Vzor podmínek soutěže

Pravidla soutěže „PRVOMÁJOVÁ SOUTĚŽ“

Soutěž se koná od 7. 4. 2018 do 1. 5. 2018 na Facebook stránce QUEEN´s Jewelry (profil společnosti QUEEN´s Jewelry s.r.o.).

1. ORGANIZÁTOR A POŘADATEL SOUTĚŽE

Pořadatelem a organizátorem soutěže je společnost QUEEN´s Jewelry s.r.o, se sídlem v České republice, Praha (dále jen „pořadatel“).

2. DOBA KONÁNÍ SOUTĚŽE

Soutěž probíhá od 7. 4. 2018 do 1. 5. 2018 (dále jen „doba konání soutěže“). Soutěž se skládá z pěti kol:

1. kolo: 7. 4. 2018 – 11. 4. 2018;
2. kolo: 12. 4. 2018 – 16. 4. 2018;
3. kolo: 17. 4. 2018 – 21. 4. 2018;
4. kolo: 22. 4. 2018 – 26. 4. 2018;
5. kolo: 27. 4. 2018 – 1. 5. 2018.

3. MÍSTO KONÁNÍ SOUTĚŽE

Soutěž probíhá na internetové stránce www.facebook.com na profilu společnosti QUEEN´s Jewelry (internetový odkaz) (dále jen „profil“).

4. PODMÍNKY ÚČASTI V SOUTĚŽI

Účastníkem soutěže (dále jen „soutěžící“) se může stát fyzická osoba starší 18 let s trvalým bydlištěm na území České republiky, která (1) v komentáři pod soutěžní fotografií uveřejní vlastní fotografii, na níž je zachycen soutěžící se svým partnerem (dále jen „soutěžní fotografie“) a (2) v komentáři pod soutěžní fotografií napíše, co pro ni/něj a její/jeho partnera soutěžní fotografie znamená.

Ze soutěže jsou vyloučeny všechny osoby v zaměstnaneckém nebo obdobném poměru k pořadateli či organizátorovi a dále též všechny osoby k těmto osobám ve vztahu osoby blízké ve smyslu ustanovení § 22 zák. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

Podmínkou účasti v soutěži je též bezvýhradný souhlas s těmito pravidly, který soutěžící vyjadřuje zapojením se do soutěže formou splnění soutěžního úkolu, za který se považuje sdílení komentáře se soutěžní fotografií na facebookové stránce QUEEN'S JEWELRY (internetový odkaz).

5. MECHANIKA SOUTĚŽE

Každý soutěžící je oprávněn se zúčastnit každého soutěžního kola pouze jednou a to jen do doby, než by byl vyhlášen za vítěze. Sdílení většího počtu soutěžních komentářů/soutěžních fotografií nebo zapojení se do soutěže z více profilů na sociální síti Facebook je zakázáno a povede k vyloučení soutěžícího ze soutěže bez nároku na jakoukoli kompenzaci.

Je zakázáno sdílet soutěžní komentáře a fotografie, které jakýmkoliv způsobem zasahují do práv či oprávněných zájmů třetích osob, zejména práv k duševnímu vlastnictví nebo práv osobnostních nebo jsou jinak v rozporu s podmínkami sociální sítě Facebook, právním řádem České republiky nebo dobrými mravy.

Po skončení každého soutěžního kola vybere odborná porota složená ze zástupců pořadatele a organizátora ze soutěžních komentářů jeden nejzajímavější (dle originality), jehož autor (dále jen „výherce“) získává výhru v soutěži. Výběr je plně v kompetenci odborné poroty a je nezměnitelný. Výsledky každého soutěžního kola budou oznámeny výhercům prostřednictvím komentáře nejpozději do tří dnů od ukončení soutěžního kola.

6. VÝHRY A JEJICH PŘEDÁNÍ

Soutěží se celkem o 5 přívěsků z kolekce QUEEN'S JEWELRY Den matek. Výherci budou o získání výhry vyrozuměni prostřednictvím komentáře na profilu 9. 5. 2018. V tomto komentáři organizátor výherce vyzve, aby zaslal adresu, na kterou bude odeslána výhra. Pokud si výherce nevybere místa všechna, zbývající místa jsou automaticky postoupena dalšímu výherci.

Výhra se skládá z jednoho přívěsku z nabídky QUEEN'S JEWELRY:

1. kolo: 7. 4. 2018 – 11. 4. 2018: 1x přívěsek (793281PCZ);
2. kolo: 12. 4. 2018 – 16. 4. 2018: 1x přívěsek (792891E968);
3. kolo: 17. 4. 2018 – 21. 4. 2018: 1x přívěsek (791134MOP);
4. kolo: 22. 4. 2018 – 26. 4. 2018: 1x přívěsek (784789CZ);

5. kolo: 27. 4. 2018 – 1. 5. 2018: 1x přívěsek (791339CZ).

Výhra propadá pořadateli v případě, že soutěžící nezareaguje do 7 dnů na vyrozumění o výhře. Výhra není právně vymahatelná. Výhru nelze převést na jinou osobu, proplácet v hotovosti ani za ni poskytnout jinou věcnou náhradu.

Pořadatel si vyhrazuje právo výhru uvedenou v těchto pravidlech nahradit výhrou obdobného typu a hodnoty v případě, že z objektivních důvodů nespočívajících na straně pořadatele nebude možné slíbenou výhru opatřit bez vynaložení nepřiměřeného úsilí.

Podmínkou získání výhry je dodržování a splnění podmínek těchto pravidel soutěžící.

7. LICENCE

Sdílením soutěžního komentáře a fotografie poskytuje soutěžící pořadateli a organizátorovi k soutěžnímu komentáři a fotografii bezplatnou nevýhradní licenci pro území celého světa, na celou dobu trvání majetkových práv, bez množstevního omezení, a to ke všem způsobům jejího užití, zejména k jejímu rozšiřování prostřednictvím webových stránek nebo profilů na sociálních sítích. Soutěžící dále uděluje pořadateli a organizátorovi souhlas se zveřejněním soutěžního komentáře a soutěžní fotografie, jeho úpravami, zpracováním včetně překladu, spojením s jiným dílem, zařazením do díla souborného, jakož i s tím, aby pořadatel nebo organizátor uváděl soutěžní fotografii s komentářem na veřejnost pod svým jménem a užíval ji komerčním způsobem ve spojení s vlastními výrobky nebo službami.

Soutěžící souhlasí s tím, že pořadatel nebo organizátor jsou oprávněni udělenou licenci zcela či částečně postoupit třetí osobě nebo ji zcela či částečně dále poskytnout formou podlicence.

Soutěžící prohlašuje, že ve vztahu k soutěžnímu komentáři a fotografii disponuje veškerými právy a souhlasy nutnými ke sdílení soutěžního komentáře a soutěžní fotografie na sociální síti Facebook a poskytnutí výše uvedené licence. V případě, že se toto prohlášení ukáže jako nepravdivé, zavazuje se nahradit pořadateli a organizátorovi veškerou újmu v této souvislosti vzniklou.

8. SOUHLAS SE ZPRACOVÁNÍM OSOBNÍCH ÚDAJŮ

Sdílením soutěžního komentáře a fotografie uděluje soutěžící podle zákona č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů (dále jen „zákon“) pořadateli jako správci souhlas se zpracováním osobních údajů v rozsahu: jméno, příjmení, fotografie, adresa profilu na

sociální síti Facebook, a to pro účely organizace soutěže, zejména za účelem vyhodnocení soutěže, vyhlášení výsledků a předání výhry, jakož i pro marketingové účely pořadatele, zejména za účelem nabízení zboží a služeb. Souhlas se poskytuje na dobu trvání soutěže a 5 let od jejího ukončení.

Soutěžící zároveň vyjadřuje souhlas s tím, aby jím poskytnuté osobní údaje byly po dobu trvání soutěže a 5 let od jejího ukončení zpracovávány v rozsahu a k účelům výše uvedeným i prostřednictvím zpracovatelů pověřených pořadatelem, a to zejména organizátorem. Soutěžící bere na vědomí, že údaje budou zpracovávány automatizovaně, případně oprávněnými zaměstnanci pořadatele nebo organizátora soutěže či dalších osob dle předchozí věty. Poskytnutí osobních údajů je dobrovolné, avšak je nezbytnou podmínkou účasti v soutěži. Soutěžící má právo svůj souhlas se zpracováním osobních údajů kdykoliv odvolat písemnou žádostí doručenou na adresu pořadatele. Odvolání souhlasu je účinné okamžikem jeho doručení. Odvolání souhlasu během trvání soutěže nebo před předáním výhry povede k vyloučení soutěžící ze soutěže. Soutěžící má dále práva dle § 12 a § 21 zákona č. 101/2000 Sb., tj. zejména právo přístupu k informacím o zpracování údajů, v případě, že se domnívá, že pořadatel soutěže či organizátor provádí zpracování osobních údajů v rozporu se zákonem, pak právo požadovat vysvětlení či právo na odstranění závadného stavu spočívající v opravě údajů, jejich doplnění, blokaci či likvidaci. Nevyhoví-li organizátor, resp. pořadatel, žádosti soutěžícího, má soutěžící právo obrátit se přímo na Úřad pro ochranu osobních údajů. Výše popsany postup nevylučuje, aby se soutěžící obrátil se svým podnětem na Úřad pro ochranu osobních údajů přímo.

Sdílením soutěžního komentáře a soutěžní fotografie uděluje soutěžící dále pořadateli ve smyslu příslušných ustanovení z. č. 89/2012 Sb. souhlas se zveřejněním, šířením, jakož i jiným užitím svého jména, příjmení a podobizny, a to v souvislosti s konáním soutěže, zejména s jejich zveřejněním a šířením prostřednictvím webových stránek nebo profilů na sociálních sítích; současně se rozumí, že souhlas ve stejném rozsahu uděluje i maminka soutěžícího. Odvolání souhlasu v době trvání soutěže povede k vyloučení soutěžícího ze soutěže.

V případě odvolání tohoto souhlasu, které není dostatečně odůvodněno podstatnou změnou okolností na straně soutěžícího, je soutěžící povinen nahradit pořadateli a organizátorovi veškerou újmu, která jim v důsledku odvolání tohoto souhlasu vznikla.

9. OSTATNÍ USTANOVENÍ A PODMÍNKY

Soutěžící bude ze soutěže vyloučen, pokud pořadatel anebo organizátor soutěže zjistí nebo bude mít oprávněné podezření, že soutěžící jedná podvodně, v rozporu s pravidly soutěže a/nebo s dobrými mravy (např. podvodné nebo nekalé jednání).

V případě vyloučení soutěžícího ze soutěže z jakéhokoliv důvodu jeho nárok na výhru zaniká, přičemž soutěžící nemá nárok na žádnou kompenzaci. V případě, že se takový soutěžící stane i přes uvedené skutečnosti výhercem v soutěži, nemá nárok na výhru a výhra mu nebude předána, a pokud ji již převzal, je povinen ji na výzvu organizátora vrátit.

Rozhodnutí pořadatele o vyloučení ze soutěže je konečné, bez možnosti odvolání.

Vymáhání účasti v soutěži či výhry soudní cestou je vyloučeno.

Soutěž nemá charakter veřejného příslibu. Pořadatel si vyhrazuje právo kdykoliv změnit podmínky soutěže, a to i v době jejího průběhu, změnit dobu jejího trvání, tj. zejména soutěž v jejím průběhu přerušit či předčasně ukončit. O jakýchkoli reklamacích či námitkách rozhoduje s konečnou platností pořadatel.

Organizátor ani pořadatel nejsou odpovědní za technické problémy soutěžícího v souvislosti s účastí v soutěži, zejména neodpovídají za doručení zpráv zasílaných v rámci soutěže, s výjimkou případu, že nedoručení sami úmyslně zavíní.

V ostatním se soutěž a vztahy mezi soutěžícími, organizátorem a pořadatelem řídí právním řádem České republiky s vyloučením kolizních norem mezinárodního práva soukromého.

Tato pravidla jsou zveřejněna v poznámkách na facebookovém profilu pořadatele a k nahlédnutí v provozovně organizátora.

V Praze dne 5. dubna 2018

Příloha č. 5: Přepis záznamu z hloubkového rozhovoru

1. Z výsledků ohniskové skupiny vyplývá, že vhodnými nástroji marketingové komunikace pro nově vznikající internetový obchod jsou optimalizace webových stránek, PPC reklama, reklama na sociálních sítích a soutěž. Co si to těchto závěrech myslíte?

„Zmiňované nástroje jsou jistě vhodné a účinné nástroje marketingové komunikace, o tom není pochyb. Nicméně zvolení správné marketingové komunikace a jejích nástrojů záleží i na mnoha dalších faktorech...“

2. Jakých například?

„Určitě je potřeba zohlednit cílovou skupinu zákazníků, nabízený produkt i finanční možnosti samotné firmy.“

3. Souhlasíte s výrokem, že propagace je nejdůležitější část marketingového mixu?

„Aby byl podnik úspěšný, musí být všechny složky marketingového mixu na vysoké úrovni. Nicméně kdybych si měl vybrat pouze jednu nejdůležitější složku, pak jí bude právě propagace.“

4. Jaký máte k tomuto tvrzení důvod?

„Na produktu bezesporu záleží, pokud se však nedostane ke koncovému zákazníkovi, bude i ten nejlepší produkt pouze zabírat místo ve skladu. Propagace je klíčovým nástrojem pro uskutečnění prodeje. Výbornou propagací lze prodat i průměrný produkt, nicméně obrácené toto tvrzení bohužel v dnešní době vysoké konkurence neplatí.“

5. Jak začít s propagací e-shopu?

„Možností je celá řada. Já osobně bych začal s bezplatným urychlením nalezení samotné internetové stránky.“

6. O co se jedná?

„Základní cestou, jak se může zákazník dostat na vybraný internetových obchod, jsou internetové vyhledávače. Návštěvník napíše do vyhledávací lišty svůj požadavek, na základě kterého se mu zobrazí příslušné návrhy stránek. Vyhledávacím robotům trvá nějakou dobu, než novou stránku naleznou a je vhodné jim v tomto směru pomoci. To je však pouze první krůček, který bez ostatních nástrojů nemá téměř smysl.“

7. Proč by nemělo smysl zařadit rychleji svou stránku do výsledků vyhledávání?

„Protože bez kvalitního obsahu se ve výsledcích bude zobrazovat pouze na zadních pozicích.“

8. Máte na mysli optimalizaci webových stránek?

„Ano.“

9. Co je nejdůležitější právě pro SEO?

„Faktorů určujících kvalitu SEO je opět celá řada. Kdybychom se tady měli spolu zabývat celým SEO, tak z toho uděláme knížku... Ale mezi nejdůležitější mohu zařadit klíčová slova a takzvané on-page faktory.“

10. Co jsou klíčová slova a kde je najdu?

„Klíčová slova jsou právě ta slova, která zadávají návštěvníci do internetového vyhledávače. Když to zjednoduším, tak pokud máte zadané slovo umístěné na své internetové stránce, pak se právě tato stránka zobrazí ve výsledcích vyhledávání.“

„Co se týká nalezení klíčových slov, existují programy, které odhalují vhodná klíčová slova pro daný obor. Klíčová slova je možno i vymyslet. Tak či onak je potřeba sledovat, která slova táhnou a která nikoli. Postupem času se tak vyfiltrují ta správná slova.“

11. Mluvil jste ještě o on-page faktorech. O co jde?

„On-page faktory jsou faktory, které by neměli na webové stránce chybět. Některé jsou viditelné a jiné nikoli.“

12. Můžu nějakým způsobem změřit kvalitu SEO?

„Kvalitu SEO lze změřit za pomoci takzvaných seomatů. Avšak tyto programy nedokáží nahradit lidské uvažování, a proto bych se jimi neřídil výhradně.“

13. Jak postupovat při tvorbě PPC reklamy?

„V první řadě je důležité si zvolit, kde bude reklama provozována. Zda na obsahových sítích nebo ve vyhledávačích. Potřeba je také zvolit program, pomocí kterého bude reklama na internet vložena.“

14. Jaké existují programy pro PPC systémy?

„V ČR jsou nejoblíbenější Google AdWords a Sklik.“

15. Jak postupovat při tvorbě PPC reklamy? Co je důležité?

„Mezi důležité složky placené reklamy na internetu řadím stanovení cílů propagace, volbu klíčových slov, rozpočet a cílovou skupinu. Tyto složky je potřeba stanovit a znát ještě předtím, než se do samotné reklamy pustíte. Program jako takový Vás celým procesem sám navede.“

16. Jak začít na sociálních sítích?

„Sociální sítě jsou velmi dynamickým systémem, který je v současné době velice populární. Jak bylo zmíněno v předchozí otázce je potřeba znát všechny informace, aby reklama na této platformě fungovala.“

17. Které sociální sítě jsou nejvíce využívány?

„Celosvětově je to určitě Facebook, Instagram a Twitter.“

18. Jak začít s propagací na Facebooku?

„Určitě je potřeba vytvořit vlastní facebookovou stránku firmy, provést prvotní nastavení a vytvořit vzhled stránky. Dále je potřeba si určit nějakou obsahovou strategii a začít plánovat posty.“

19. Co je obsahová strategie?

„Obsahová strategie představuje například formu příspěvků, jejich frekvenci či harmonogram. Je to podobné, jako když šéfredaktor řídí magazín a určuje, jaký článek kde a kdy vyjde.“

20. Kolik peněz je vhodné investovat?

„Rozhodně bych nedoporučoval se hned na první dobrou proinvestovat všechny finance. Je potřeba si vše vyzkoušet. Jak bude fungovat zacílení, jaké posty táhnou a podobně. Pro začínající firmu bych viděl měsíční rozpočet na propagaci kolem pěti tisíc korun.“

21. Jaké jsou výsledky facebookové reklamy?

„Různé... Podle kvality nastavení propagace. Pokud je však reklama nastavena dobře, pak jsou její účinky vysoké.“

22. Je možné využít pro propagaci dotazník?

„V jakém smyslu?“

Tazatel: „Primární účel dotazníku by byl stále marketingový výzkum, avšak závěrečná otázka by směřovala respondentky na internetové stránky“

„V takovém případě to lze brát jako určitou formu netradiční formy propagace.“

23. Jaké máte zkušenosti se soutěží?

„Celkem pozitivní. Je to dobrý nástroj podpory prodeje, avšak nemůže fungovat samostatně bez hlubší koncepce celé marketingové komunikace.“

24. Co musí soutěž splňovat, aby fungovala?

„Soutěž musím mít stanovenou mechaniku... To znamená, jak bude fungovat. Určitě doporučuji sepsat s právníkem podmínky soutěže tak, aby Vás nemohl nikdo právně napadnout. Dobré je soutěž i lehce podpořit nějakou propagací, aby se zajistila dostatečná účast.“

25. Jaká je podle Vás důležitost e-mailingu?

„Je to jeden ze způsobů, jak pravidelně kontaktovat zákazníka, který o kontaktování stojí. Za mě je to určitě velmi dobrý nástroj marketingové komunikace.“

26. Jakou cestu byste zvolil pro získání kontaktů?

„Cesty jsou v zásadě dvě. Nákup databáze kontaktů nebo vytvoření databáze vlastní. Nákup kontaktů od třetí strany je velmi riskantní záležitostí. Nikdo Vám nezaručí aktuálnost ani správné zacílení skupiny kontaktů. Navíc během příštího roku by mělo v rámci Evropské unie ke sjednocení zákona o ochraně osobních údajů. Pro ČR to znamená změnu ve vlastní legislativě. V návaznosti na to bych osobně nechtěl spravovat kontakty, o kterých nemám detailní informace. Takže volím získání kontaktů vlastní cestou.“

27. Lze nějakým způsobem sledovat úspěšnost propagace e-shopu?

„Ano lze... Existuje několik programů, které to dokáží.“

28. Jakými například?

„Například Google AdWords. Ten sleduje reklamu na vlastní síti a například Facebook má pro sledování úspěšnosti vlastní nástroje.“

Příloha č. 6: Facebookový příspěvek – uvítací příspěvek

Vítejte na naší stránce! Jsme tady pro vás a těšíme se, že budeme společně s vámi moci sdílet všechny novinky a inspirace ze světa luxusních šperků. Oslavujeme jedinečnost každé ženy - připojte se k nám!



QUEEN'S
JEWELRY

Příloha č. 7: Facebookový příspěvek – výběr stylu

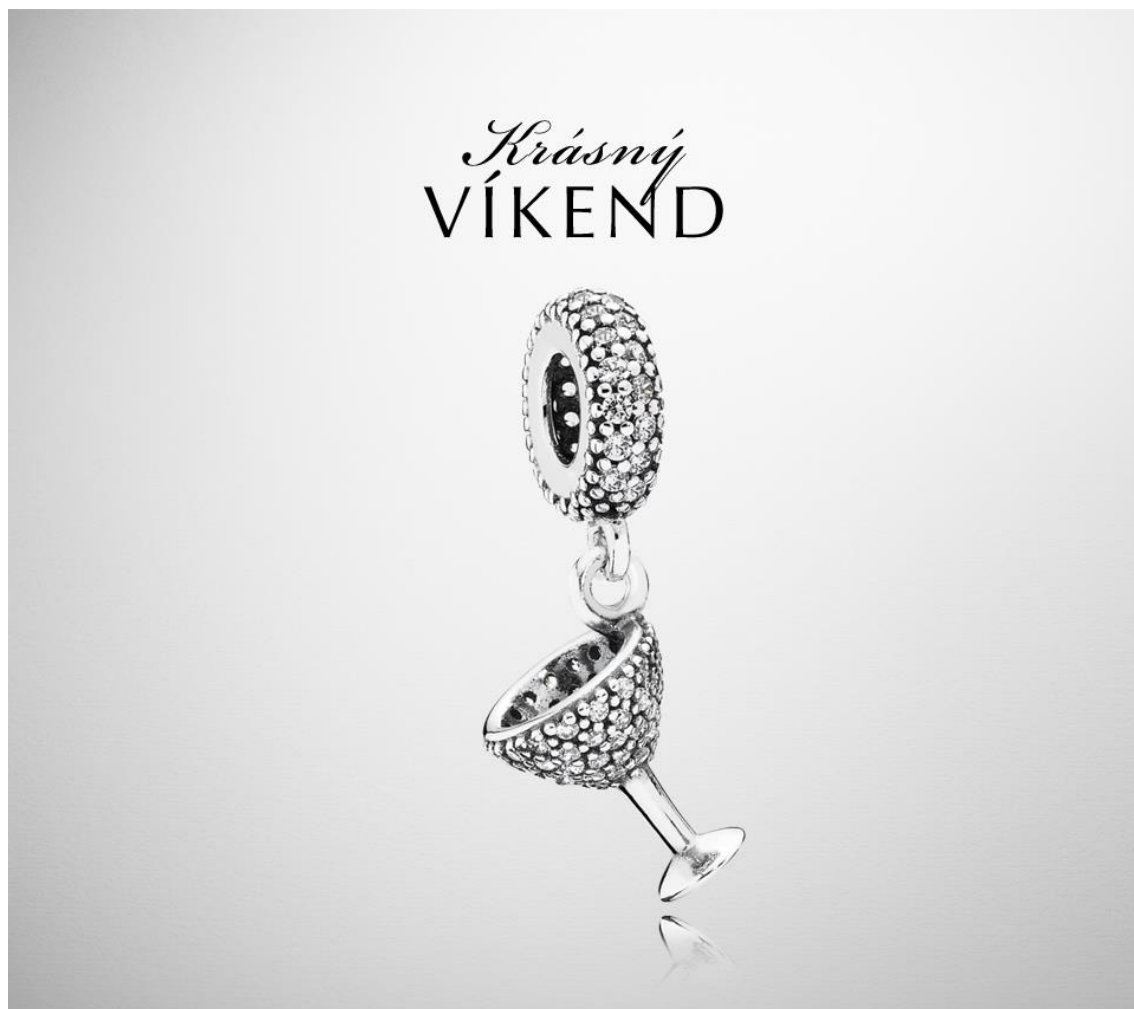
Romantická, alternativní, elegantní nebo rebelka? Naše šperky se hodí ke každému stylu, který si rozhodnete obléknout. Jaký jste dnes zvolili?



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 8: Facebookový příspěvek – víkendové přání

Plánujete se nějak odměnit po dlouhém týdnu? Pokud se chystáte ven, nezapomeňte si vzít přívěsek "Na zdraví" - bude to perfektní volba, která doplní váš outfit!



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 9: Facebookový příspěvek – péče

Malé množství jemného mýdla ve vlažné vodě v kombinaci s měkkým kartáčkem vám pomohou vyčistit většinu obvyklých nečistot z vašich stříbrných nebo zlatých šperků. Buďte však opatrní na šperky, které obsahují i jiné materiály jako např. perly, textil nebo kůži - tyto materiály by nikdy neměly přijít do styku s vodou! Na našem webu najdete další tipy pro čištění: <http://www.internetovýodkaz.cz>



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 10: Facebookový příspěvek – zimní tipy

Modrá barva se perfektně hodí ke studeným zimním měsícům. V našich špercích najdete všechny odstíny od nebesky světlého nebo opalizujícího křišťálu až po temné safíry! Který z nich je ten váš?



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 11: Facebookový příspěvek – valentýnská kolekce

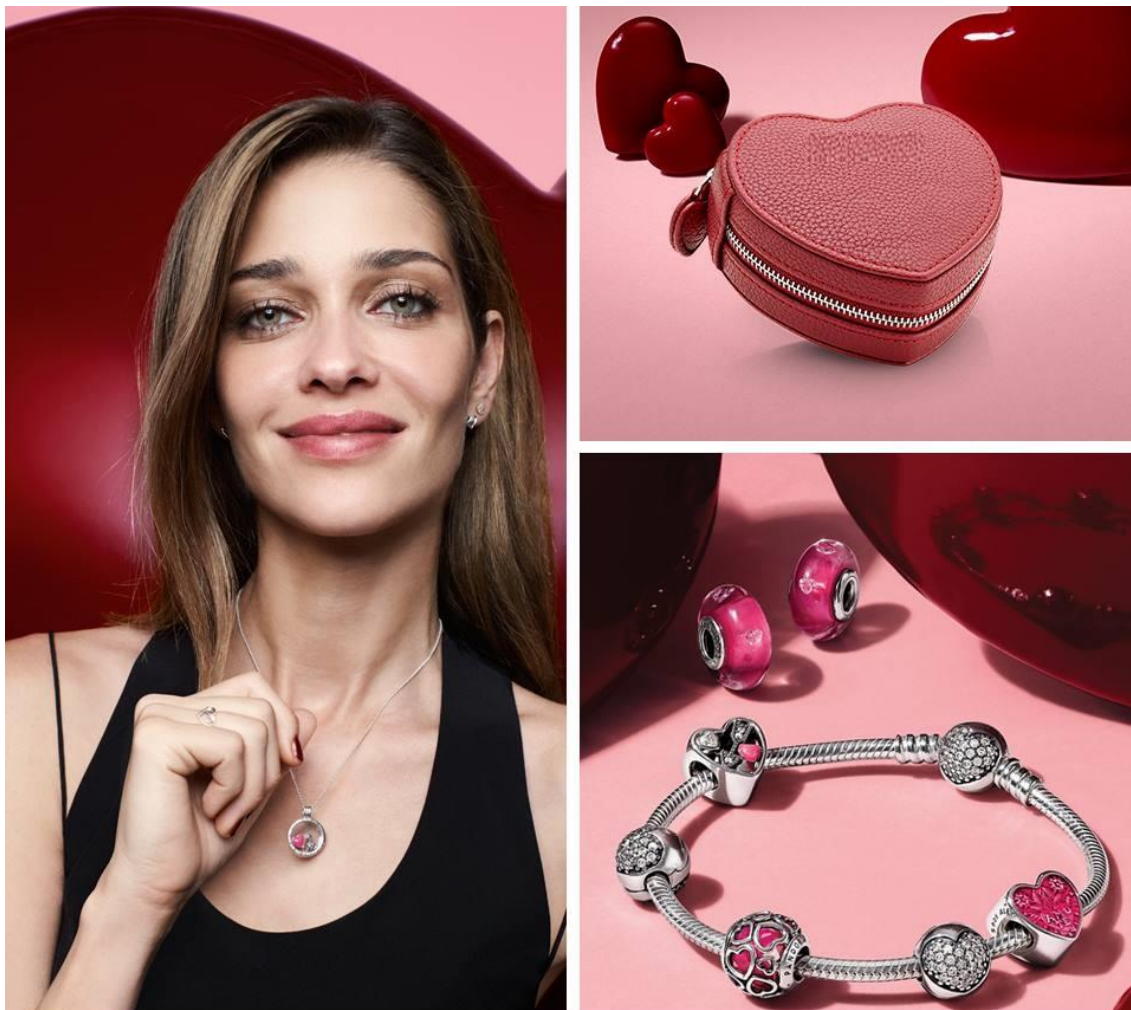
Právě teď naleznete v našem obchodě novou valentýnskou kolekci plnou nádherných šperků se zamilovanými motivy. Už máte vybráno, co byste chtěla dostat na svátek zamilovaných?



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 12: Facebookový příspěvek – valentýnská akce

Speciální valentýnská akce je tady! Kupte od 6. do 14. února šperky v hodnotě 3 199 Kč a dostanete k nim speciální šperkovnici ve tvaru srdce jako dárek! A ke všem nákupům v hodnotě 1 990 Kč, 3 990 Kč a 7 990 Kč vám dáme jako dárek slevu 400 Kč, 800 Kč a 1 600 Kč! Více informací najdete zde: <http://www.internetovýodkaz.cz>



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 13: Facebookový příspěvek – výběr dárku

Něžné šperky ze sady "Stuhy lásky" vyjadřují silná a nezlomná pouta lásky a díky jemným třpytivým motivům z nich září emoce. Označte svého #Valentineshero, aby vám bez problémů vybral ten pravý valentýnský dárek.



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 14: Facebookový příspěvek – oslava Valentýna

Přejeme vám krásný zamilovaný Valentýn! Jaké dárčky jste dostali od svého #ValentinesHero? Ukažte nám je v komentářích!



**QUEEN'S
JEWELRY**

Příloha č. 15: Dotazník

Dobrý den, milá tazatelko,

rádi bychom Vám v rychlosti představili smysl tohoto dotazníku. Jedná se o krátký průzkum struktury potencionálních zákazníků pro nově vznikající internetový obchod se šperky. Vyplněním dotazníku nám poskytnete zpětnou vazbu, která bude využita pro zlepšení plnění potřeb a přání budoucích zákazníků, a také k lepšímu zacílení našich obchodních nabídek. Pokud se tedy rozhodnete pro vyplnění tohoto dotazníku, postupujte podle stručných pokynů, které naleznete u každé samostatné otázky. Zavazujeme se, že veškeré poskytnuté informace budou zpracovány anonymně. Závěrem úvodního slova bychom Vám rádi poděkovali za případné vyplnění dotazníku a popřáli hezký zbytek dne.

Markéta, tým QUEEN's Jewelry

1. Do jaké věkové kategorie se řadíte?
 - a) Do 18 let
 - b) 19 – 25 let
 - c) 26 – 35 let
 - d) 36 – 45 let
 - e) 46 – 55 let
 - f) 56 – 65 let
 - g) 66 let a více
2. Vlastníte šperky v podobě náramku určeného pro nošení na ruce?
 - a) Ano
 - b) Ne (následující otázka)
3. Měli byste zájem o náramek na ruku?
 - a) Ano
 - b) Ne (konec dotazníku a uvedení důvodu)

4. Jaký z těchto náramků se Vám líbí nejvíce?

a)



b)



5. Jaký z těchto komponentů na náramek se Vám líbí nejvíce?

a)



b)



6. Připomínají Vám šperky z předchozích otázek produkty některého výrobce?

a) Ano (vypsat)

b) Ne

7. Jak často chodíte nakupovat šperky, které jsou určeny pro Vaši vlastní potřebu?

a) Jednou za týden

b) Jednou za měsíc

c) Jednou za půl roku

d) Jednou za rok

e) Jiný interval (vypsat)

8. Jaký parametr je pro Vás nejvíce rozhodující při nákupu šperků? (Vyberte maximálně 2 odpovědi)
- a) Značka
 - b) Cena
 - c) Kvalita
 - d) Design (vzhled produktu)
 - e) Aktuální dostupnost produktu
 - f) Jiné (vypsat)
9. Byli byste ochotni nakoupit identické zboží za nižší cenu u (jiného) alternativního prodejce?
- a) Ano
 - b) Spíše ano
 - c) Spíše ne
 - d) Ne
10. Jste vlastníkem uživatelského profilu na některé ze sociálních sítí?
- a) Facebook
 - b) Instagram
 - c) Google+
 - d) Twitter
 - e) Jiné (vypsat)
 - f) Žádné (přeskočit následující otázku)
11. V jakou denní dobu se nejčastěji věnujete aktivitám na sociálních sítích?
- a) Do 8. hodiny
 - b) Od 8. do 12. hodiny
 - c) Od 12. do 15. hodiny
 - d) Od 15. do 18. hodiny
 - e) Od 18. do 20. hodiny
 - f) Od 20. do 24. hodiny
 - g) Od 24. hodiny a dále

12. Jste fanouškem některé stránky na Facebooku? (otázky 14. a 15. jsou určeny pouze pro respondenty, kteří v otázce 12. uvedly jako jednu z možností odpověď a) Facebook)
- a) Ano, vyjmenovat 3 nejčastěji zobrazované stránky na Timeline Facebooku
 - b) Ne
13. Jste členkou některé ze skupin na Facebooku?
- a) Ano, vyjmenovat 3 nejčastěji zobrazované stránky na Timeline Facebooku
 - b) Ne
14. Navštěvujete pravidelně nějaké tematické webové stránky?
- a) Ano
 - b) Ne
15. Jaké webové stránky navštěvujete?
- a) Příklad
 - b) Přeskočit odpověď
16. Pakliže jste došli až k této otázce, máte téměř hotovo. Pokud Vás zaujal tento projekt a chcete pravidelně dostávat novinky o našich produktech či slevových akcích, vyplňte svou e-mailovou adresu do kolonky pod poslední otázkou. V opačném případě zaškrtněme políčko NE.
- a) Ano, chci dostávat aktuální informace (vyplnění e-mailové adresy)
 - b) Ne, informace si naleznou vlastní svépomocí

Milá tazatelko, rádi bychom Vám poděkovali za věnovaný čas. Věříme, že Vaše podněty povedou k zlepšení našich služeb a k Vaší spokojenosti. Závěrem Vás zveme na naše internetové stránky (www.queensjewelry.cz), kde naleznete potřebné informace.

S pozdravem,

Markéta, tým QUEEN's Jewelry

Příloha č. 16: Vzorový e-mail – zvýšení povědomí o vzniku nového e-shopu

Dobrý den, milá křestní jméno,

nedávno byl Vámi vyplněn náš dotazník týkající se krátkého průzkumu trhu. Nyní Vám však chceme oznámit možnost stát se členem našeho klubu, díky kterému získáte přehled o aktuálním dění a spoustu slevových nabídek. Bližší informace o našem klubu a formulář pro registraci naleznete na našich internetových stránkách.

S pozdravem, Lucka, tým QUEEN's Jewelry

Příloha č. 17: Vzorový e-mail – oznámení o soutěži

Dobrý den, milá křestní jméno,

rádi bychom Vás informovali, o možnosti zúčastnit se naší facebookové soutěže o luxusní stříbrné šperky. Více informací naleznete v následujícím odkazu.

S pozdravem, Lucka, tým QUEEN's Jewelry

Příloha č. 18: Vzorový e-mail – oznámení o slevové akci

Dobrý den, milá křestní jméno,

už jste slyšela o naší jedinečné slevové akci? Pokud ne, tak rychle navštivte naše internetové stránky, kde se dozvíte více. Neváhejte příliš dlouho, zásoby zlevněného zboží se rychle tenčí.

S pozdravem, Lucka tým QUEEN's Jewelry