



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

Ke kamenci 151, Pardubice

## MATURITNÍ PROJEKT

Marketingová kampaň pro firmu MySmartHouse.cz

<b>Jméno a příjmení:</b>	Daniel Jirásek
<b>Třída:</b>	4.B
<b>Studijní obor:</b>	Informační technologie 18-20-M0/01
<b>Školní rok:</b>	2019/2020

# Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení: Daniel Jirásek  
Školní rok: 2019/2020  
Třída: 4.B  
Obor: *Informační technologie 18-20-M/01*

Téma práce: Marketingová kampaň pro firmu MySmartHouse.cz

Vedoucí práce: Ing. Veronika Hořeňovská

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

Cílem projektu je vytvořit úplně nový web pro firmu MySmartHouse.cz. Web bude zpracován na Wordpress šabloně, která bude graficky upravena na přání zákazníka. Budou vytvořeny detailní fotky produktů a reference. Navrženy budou klíčová slova, která poslouží při psaní obsahu webu. Následně bude připravena propagace firmy na sociálních sítích, ať už cílenou reklamou na Facebooku nebo na Instagramu. Pro propagaci na sociálních sítích budou připraveny vhodné bannery a ukázky možných příspěvků. Při nasazení kampaně na sociálních sítích, dojde k vyhodnocení její úspěšnosti. Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

## **Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):**

### **Září**

Analýza současného stavu společnosti. Konzultace prvotních návrhů webové stránky.

### **Říjen**

Finalizace webových stránek a spuštění.

### **Listopad**

Nastavení SEO, přepracování loga, zjednodušení a vylepšení.

**Prosinec**

Grafické návrhy na IG reklamy (Animace/Statická InfoGrafika)

**Leden**

Zhodnocení úspěšnosti webu se zákazníkem.

**Únor**

Finální doladění všech nedostatků, které zákazník najde a bude chtít předělat.

**Březen**

Začátek psaní a dokončení dokumentace. Odevzdání dokumentace a projektu.

Prohlašuji, že jsem maturitní projekt vypracoval samostatně, výhradně s použitím uvedené literatury.

V Pardubicích dne:

---

Upřímně děkuji Ing. Veronice Hořeňovské za odborné vedení při zpracování mého maturitního projektu. Děkuji firmě MySmartHouse.cz, za umožnění pracovat s reálnou společností a reálnými daty.

## Resumé

Cílem maturitního projektu bylo zanalyzovat dosavadní marketingovou strategii firmy, poté navrhnout strategii novou. Na základě zjištěných dat byla vytvořena SWOT analýza, určeny cílové skupiny, vytvořen STDC Framework a marketingové persony. Návrh PPC reklamy a analýza klíčových slov. Nakonec byla vytvořena webová stránka a grafické návrhy pro společnost.

## **Klíčová slova**

Marketing, marketingová strategie, SWOT, SWOT analýza, STDC, STDC framework, cílové skupiny, marketingové persony, webové stránky, grafický design,

## Annotation

The goal of the graduation project has been to analyze the existing marketing strategy of the company and then prepare a new marketing strategy. From the data obtained has been created SWOT analysis, targeted groups, STDC framework and marketing personas. Analysis of keywords that have been used in PPC ads. And finally has been created a web site and graphics designs for the company.

## Obsah

Úvod .....	9
Použité nástroje.....	10
PageSpeed Insights.....	10
Test použitelnosti v mobilech.....	10
Trends – Trendy Google .....	10
Marketing Miner .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Adobe Illustrator .....	10
Adobe Photoshop.....	11
Adobe Indesign.....	11
Adobe Premier .....	11
Wordpress .....	11
Šablony .....	11
Pluginy .....	11
Představení firmy .....	12
Konkurenční Společnosti.....	12
Chytré domy.....	12
Evenix solutions.....	12
FutureIn .....	13
SWOT analýza.....	13
SWOT analýza MySmartHouse.cz.....	14
Cílové skupiny.....	14
Marketingové persony .....	14
První marketingová persona .....	15
Druhá marketingová persona.....	15
STDC framework.....	16
See Vidět.....	16
Think Myslet .....	16
Do Dělat.....	16
Care Starat se .....	16
STDC framework pro firmu MySmartHouse.cz .....	17
Hodnocení a analýza webových stránek firmy MySmartHouse.cz.....	19
Hodnocení webové stránky.....	19
Pagespeed Insights .....	19
Test použitelnosti v mobilech.....	20
Analýza konkurenčních webů.....	20

Hodnocení webových stránek.....	20
Chytré domy.....	20
Pagespeed Insights.....	21
Test použitelnosti v mobilech.....	21
Evenix Solutions.....	22
Pagespeed Insights.....	22
Test použitelnosti v mobilech.....	23
FutureIn.....	23
Pagespeed Insights.....	24
Test použitelnosti v mobilech.....	25
SEO.....	25
Klíčová slova.....	25
Druhy klíčových slov.....	25
Analýza klíčových slov.....	26
Analýza klíčových slov pro MySmartHouse.cz.....	26
PPC reklamy.....	27
Druhy PPC reklam.....	27
Návrh reklamní působnosti.....	28
Strukturování Kampaní.....	28
Návrh PPC kampaně pro MySmartHouse.cz.....	28
Návrh reklamních bannerů.....	29
Tvorba grafických prací.....	30
Logo:.....	30
Vizitky:.....	30
Leták:.....	31
Wireframe.....	32
Wireframe pro MySmartHouse.cz.....	32
Tvorba webových stránek.....	33
Závěr.....	36
Citace.....	37
Seznam obrázků.....	38
Seznam tabulek.....	39
Seznam diagramů.....	39
Seznam příloh.....	39



## Úvod

Jako svůj maturitní projekt jsem si vybral firmu MySmartHouse.cz, firmu jsem si vybral z důvodu, že jsem v ní už dříve pracoval a mám k ní velice blízko. Jedná se menší společnost nacházející se v Ústí nad Orlicí. Firma pracuje napříč pardubickým krajem a po okolí.

Cílem předpokládané maturitní práce je zhodnotit a zanalyzovat marketingovou strategii, v případě nedostatků navrhnout novou strategii. Základem je získat informace ohledně společnosti, proto jsem si domluvil několik schůzek. Dále bude následovat získání informací týkajících se konkurenčních firem, zhodnotím webovou stránku pomocí analytických nástrojů. Bude následovat SWOT analýza, cílové skupiny, z kterých vytvořím marketingové osoby, STDC framework, který se odvíjí od person. Následně naplánujeme propagaci na sociálních sítích, která se bude zavádět. Připravím analýzu klíčových slov, která se využije, jak na webových stránkách, tak i v PPC kampaních. A v případě potřeby společnosti vytvořím grafické prvky, které budou potřeba.

## Použité nástroje

K vypracování maturitního projektu byly použity následující nástroje:

- PageSpeed insights
- Test použitelnosti v mobilech
- Trends – Trendy Google
- Sklik návrh klíčových slov
- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Xd
- Adobe Indesign
- Adobe Premier
- Wordpress
- Wordpress šablona
- Pluginy

### PageSpeed Insights

PageSpeed Insights (PSI) podává zprávy o výkonu stránky na mobilních i stolních zařízeních a poskytuje návrhy, jak lze tuto stránku vylepšit. Nástroj je běžně dostupný na internetu a po zadání webové stránky, kterou chci analyzovat, tak mi PSI vyhodí hodnocení. 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. [1]

### Test použitelnosti v mobilech

Nástroj od Google, který otestuje rychlost webové stránky, za jakou dobu se načte, v případě udělení menšího počtu bodů, nástroj navrhne doporučení, kterými webovou stránku vylepšit a zrychlit. Zadáním URL adresy webu se spustí test, který obduje webovou stránku. [2]

### Trends – Trendy Google

Je specifický vyhledávací nástroj společnosti Google, který umožňuje získat přehled o hledanosti jednotlivých klíčových slov či frází. Klíčová slova se dají mezi sebou porovnávat, které je hledanější například v zimě. [3]

### Sklik návrh klíčových slov

Je online nástroj společnosti Seznam, který umožňuje zobrazit klíčová slova a seřadit je podle hledanosti. Inzeráty na Skliku jsou přesně zacíleny na uživatele podle toho co hledá. [29][30]

### Adobe Illustrator

Je vektorový grafický editor od společnosti Adobe. Původně vytvořen pro Mackintosh. Používá se na tvorbu a editaci vektorové grafiky. Jedná se o celosvětově nepoužívanější nástroj pro práci s vektorovým obsahem. [4]

## Adobe Photoshop

Je bitmapový grafický editor od společnosti Adobe. Používá se na úpravu a tvorbu bitmapové grafiky (např.: fotografie). [5]

## Adobe Xd

Je vektorový nástroj zaměřený na tvorbu designu pro webové stránky a mobilní aplikace. Program společnosti Adobe byl uveden na trh roku 2016. [31]

## Adobe InDesign

Je program určený pro sazbu textu od společnosti Adobe. Slouží pro tvorbu plakátů, brožur, časopisů a dalších tiskovin. [6]

## Adobe Premier Pro

Je program pro editaci a střih videa od společnosti Adobe. Jedná se o profesionální stříhací program využívaný filmovými studii. [7]

## Wordpress

Je svobodný open source redakční publikační systém, který je napsaný v PHP a spojený s databází MySQL nebo MariaDB. Dovoluje nahrát různorodé pluginy a šablony. Původně byl Wordpress pouze jako blog, ale vyvinul se na různorodé webové rozhraní například fóra, portfolia a mnohé další. Je jeden z nejoblíbenějších webových řešení pro tvorbu webových stránek. Byl vydán v roce 2003 v Americe. Aby Wordpress fungoval, tak musí být nainstalován na webový server, nebo může být nahrán na local computer pro uživatele, aby otestoval svůj web před spuštěním. [8] [9]

## Šablony

Wordpress umožňuje nainstalovat a v průběhu chodu webu měnit design a funkčnost webu pomocí šablon, které jsou vytvořeny dalšími uživateli. Každé webové rozhraní vytvořené na Wordpressu potřebuje alespoň jednu šablonu. Každá šablona by měla být standardizována programovacím jazykem PHP, HTML a CSS. Wordpress nabízí knihovnu mnoha šablon, nebo je možné nahrát šablonu z třetích stran. [8]

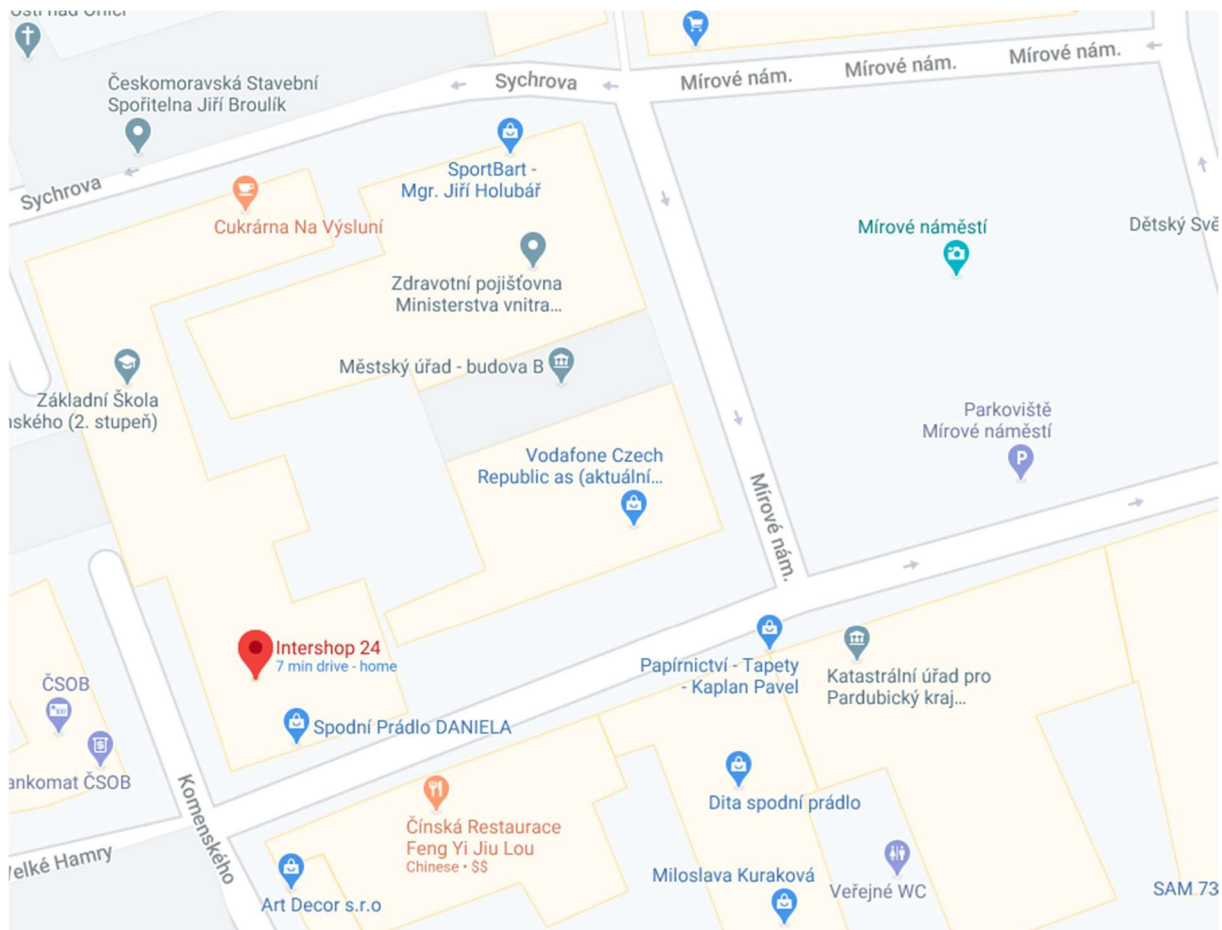
## Pluginy

Wordpress umožní uživatelům rozšířit funkčnost webu pomocí pluginů, každý z nich nabízí upravené funkce a umožňuje upravit web, tak jak si uživatel přeje. Pluginy pomohou od SEO funkcí až po grafické úpravy webu. [8]

## Představení firmy

Jedná se o menší firmu se zaměřením na projektování a instalaci chytrých domů Loxone, zabezpečovacích systémů Jablotron, kamerových systému HikVision a topných folií HeatMax. Instalace probíhají po pardubickém, hradeckém kraji a okolí. Cílem firmy je mít větší působnost ve svém okolí, získat více zakázek a rozšířit sortiment služeb. Firma je podkategorií internetového obchodu Intershop24, který dále nabízí bezdrátový internet. Dále mají společnou pobočku/prodejnou, která se nachází v Ústí nad Orlicí.

- Prodejna se nachází pod náměstím – Ústí nad Orlicí Barcalova 1 562 1



Obrázek 1 Mapa prodejny Zdroj vlastní

## Konkurenční Společnosti

### Chytré domy

Je firma zaměřující se na instalaci a projektování chytré domácnosti. Spolupracují s mnoha firmami, které jim dodávají zabezpečovací systémy a samotné zařízení pro automatizaci domácnosti. [10]

### Evenix solutions

Je firma se sídlem v Brně a zaměřená na automatizaci domu, inteligentní elektro instalace a audiovizuální technika. Firma má svoji vlastní aplikace, která spravuje chytrou domácnost a má mnoho využití. [11]

## FutureIn

Společnost, která spolupracuje s firmou Loxone se sídlem v Hradci Králové. Mimo automatizace domů se také zaměřují na regulace topení, zabezpečovací systémy a další. [12]

## SWOT analýza

SWOT analýza je základní marketingová strategie, která pomůže s rozvojem jakékoliv firmy. Analýza zajistí problémy, které lze eliminovat a zajistit lepší fungování firmy a ukáže nové možnosti růstu. SWOT analýza vychází z důkladného zkoumání firmy. Hodnotí se věci, které firma nemůže ovlivnit, jako například růst konkurentů, pokles poptávky a další.

### **S = Strengths** (Silné stránky)

Silné stránky jsou vlastnosti firmy, ve kterých vyniká. Za silnou stránku pouze považovat věci, ve kterých je firma dobrá a má navrch oproti konkurenci.

### **W = Weaknesses** (Slabé stránky)

Slabé stránky jsou věci, které firmu brzdí při práci. Zastaralé postupy práce, nedostatečné vzdělání v oboru, malé finanční rezervy.

### **O = Opportunities** (Příležitosti)

Příležitosti

### **T = Threats** (Hrozby)

Hrozby to jsou faktory, které mohou nastat a ovlivnit, tak negativně chod firmy. Mezi hrozby může patřit krach dodavatele, lepší technologie, nový konkurenti a další. [13] [14] [15]

## SWOT analýza MySmartHouse.cz

SWOT analýzu pro firmu MySmartHouse.cz můžete vidět v tabulce č.1.

	<b>Pomocné</b> Dosažení cíle	<b>Škodlivé</b> dosažení cíle
<b>Vnitřní původ</b> (atributy organizace)	<b>Silné stránky</b> Rychlá a kvalitní instalace Praxe a zkušenosti v oboru Školení přímo od dodavatelů Nejnovější technologie	<b>Slabé stránky</b> Málo zaměstnanců Realizace pouze jedné zakázky Marketingové zkušenosti
<b>Vnější původ</b> (atributy prostředí)	<b>Příležitosti</b> Instalace po celé ČR Více zaměstnanců a zakázek Tvorba cílených reklam Zajistit věrnost zákazníků	<b>Hrozby</b> Málo zákazníků v okolí Nárůst konkurence

Tabulka 1 - SWOT analýza firmy MySmartHouse.cz Zdroj vlastní

## Cílové skupiny

Cílová skupina je termín, který definuje určité skupiny potencionálních zákazníků, popřípadě firem, které chcete svou budoucí kampaní zasáhnout a oslovit. Čím více o skupině lidí víme, tím lépe můžeme reklamu cílit tím pádem bude mnohem úspěšnější. Na základě znalostí cílové skupiny, můžeme zjistit, jakou sociální síť využívají nejvíce, či kde nejvíce tráví čas, a to nám umožní vytvořit reklamu na míru. Na základě zjištěných dat byla rozdělena cílová skupina do následujících částí:

- Lidé, kteří vlastní dům či byt a zvažují rekonstrukci a zavedení chytré domácnosti.
- Lidé, co vlastní dům či byt a neznají možnosti chytrého domu.

[16] [17]

## Marketingové persony

Je podrobný popis persony, která typicky představuje osobu z cílové skupiny. Pověštinou bývá fiktivní, ale může být i reálnou osobou, v případě že dostatečně prezentuje zákazníka v dané oblasti.

V případě vytvoření konkrétního člověka s prací koníčky, tak se pro něj lépe tvoří obsah. Mnohem jednoduší předávání informací. [18]

## První marketingová persona

První persona zastupuje skupinu mladých lidí, kteří se právě přestěhovali.

**Karel Polévka** (Svobodný muž, který si právě pořídil nový byt a hledá možnosti, jak byt vylepšit a zmodernizovat.)

- Karel je svobodný muž, který právě vystudoval vysokou školu.
- Karel si pořídil byt v centru Prahy, aby to měl blízko do práce a za zábavou.
- Se velice zajímá o technologie a lákají ho moderní technologie, proto zvažuje chytrou domácnost.
- Pracuje jako Projektový manažer ve velmi úspěšně marketingové firmě.



*Obrázek 2 První marketingová persona Karel Polévka Zdroj vlastní*

V klasický pracovní den, Karel vstává v 6:00 jde do posilovny, kde cvičí hodiny. V 7:30 se nasnídá připraví si věci do práce a v 8:00 vyráží do práce, ve které začíná kolem 8:30 a končí kolem 15:00.

Po práci jde Karel obvykle jednou za týden na nákup, pokud nejde na nákup, tak tráví čas s přáteli nebo si jde zaběhat.

Poslední dobou se Karlovi nelíbí jeho byt, a tak zvažuje rekonstrukci. A začal si zjišťovat věci o chytré domácnosti, který ho velice láká. Jelikož Karel neví, kde začít, tak zkusí internet a začne si zjišťovat potřebné informace a objevovat různé varianty.

Pokud by zvolil naši službu, tak by získal kompletní řešení chytré domácnosti ovládané jednotným systémem, který je velice rozšiřitelný a modifikovatelný.

## Druhá marketingová persona

Druhá persona zastupuje skupinu starších lidí, kteří se rozhodli si postavit dům.

**Petr Arts** (Je ženatý muž, který se rozhodl postavit rodinný dům)

- Petr, je ženatý muž, který čeká dvě děti, a proto se rozhodl postavit rodinný dům
- Petr už má návrh od architekta a řeší, jak dům vybavit a po prohledání internetu objevil chytré domácnosti, které ho velice zaujali.
- Jelikož má Petr k technologiím velice blízko, tak si o chytrých domem začal mnohé zjišťovat.
- Petr je úspěšný podnikatel, který má vlastní firmu na výrobu plastových dílů.



*Obrázek 3 Druhá marketingová persona Petr Arts Zdroj vlastní*

V běžný pracovní den Petr vstává kolem 7:00, nasnídá se, a vyrazí do práce. V práci začíná kolem 8:00 a pracuje do 16:00. Třikrát týdně jde po práci do posilovny, kde má intenzivní trénink po dobu jedné hodiny. Domů se vrací kolem 17:30 a tráví svůj čas se svou manželkou.

Poslední dobou, ale Petr hodně přemýšlí o jejich novém domě, který začínají realizovat. A tak zvažuje možnosti, jak dům vybavit. A po chvíli strávené na internetu objeví chytré domácnosti. A to ho velice zaujme, že začne zvažovat aplikaci v domě, který právě realizuje.

## STDC framework

Je marketingový model, který rozděluje nakupování zákazníka do čtyř fází. Autor tohoto modelu je Avinash Kaushik. STDC je zkratka SEE THINK DO CARE. Jednotlivé části metody jsou zaměřeny na postupný proces vytváření zákazníka a následné jeho udržení. [19] [28]

### See Vidět

V první fázi se nachází všichni lidé, kteří aktuálně nemají zájem o službu nebo produkt, ale v budoucny by ho mít mohli. Důležité je dostat se těmto lidem do podvědomí.

### Think Myslet

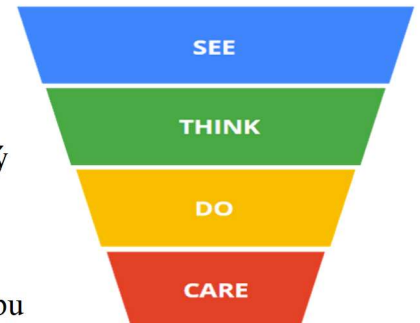
V druhé fázi je zákazník obeznámen o produktu či službě, ale ještě na samotný nákup brzo. Důležité je poskytnout zákazníkovi obsah, který mu pomůže s dalším rozhodováním ohledně nákupu.

### Do Dělat

Ve třetí fázi je zákazník rozhodnut o koupi produktu či služby. Začíná řešit kde, za kolik a co všechno si pořídí. Důležité je zákazníka přesvědčit k využití našich služeb.

### Care Starat se

Ve čtvrté fázi má zákazník produkt či službu koupenou a zákazník se musí přesvědčit, aby se k nám vrátil a využil našich služeb znovu. Starat se o zákazníka.



Obrázek 4 STDC framework Zdroj vlastní



## STDC framework pro firmu MySmartHouse.cz

Model STDC pro firmu MysmartHouse.cz byl aplikován na dvě cílové skupiny. V tabulce číslo 2 můžete vidět STDC pro cílovou skupinu, která zvažuje rekonstrukci domu či bytu a jsou obeznámeni o možnosti chytré domácnosti. Tabulka číslo 3 je zaměřena na lidi, kteří nejsou obeznámeni o možnosti chytré domácnosti.

	<b>SEE</b>	<b>THINK</b>	<b>DO</b>	<b>CARE</b>
<b>Persona</b>	Člověk, který se zajímá o technologie. A uvažuje o chytrém domě.	Chtějí do svého domova zavést změnu a nové technologie.	Hledají si na internetu informace o chytré domácnosti.	Navštěvují odborná fóra a stránky různých výrobců.
<b>Problém</b>	Nevědomost kde začít a na koho se obrátit.	Neznalost firem v jejich okruhu	Málo rozšířené téma.	Chtějí více informací o chytrých domech.
<b>Obsah</b>	Články na odborných fórech.	Článek o různých typech chytrých domů.	Rozmýšlení, jaký druh zvolit. A kolik investovat.	Rychlá montáž kvalitní služby.
<b>Kanál</b>	Internet PPC reklamy	Webové stránky zaměřené na technologie a chytré domy.	Vyhledávání konkrétních stránek poskytovatelů.	Facebooková stránka s pravidelnými příspěvky.
<b>Metrika</b>	Prokliknutí ppc reklam a přesměrování na web.	Doba strávená na webových stránkách	Dobrá strávená prohlížením celkového webu.	Průměrná doba trvání na webových stránkách a míra okamžitého opuštění

Tabulka 2 - STDC Framework pro MySmartHouse Zdroj vlastní

	<b>SEE</b>	<b>THINK</b>	<b>DO</b>	<b>CARE</b>
<b>Persona</b>	Člověk, který uvažuje o rekonstrukci domu či bytu.	Chtějí svůj dům či byt nějakým způsobem vylepšit.	Hledají na internetu různé možnosti vylepšení domu.	Navštěvují diskuse, webové stránky
<b>Problém</b>	Nedostatek informací ohledně chytrých domů.	Neznalost firem v jejich okruhu	Neznalost tohoto tématu	Chtějí více informací, znalostí a výhod
<b>Obsah</b>	Články o výhodách a novinkách	Článek o tom, jak chytrá domácnost zjednoduší fungování domu.	Přehled výživových hodnot, jaké přidávat doplňky	Článek o zajímavých informacích
<b>Kanál</b>	Internet cílená reklama.	Stránky výrobců a odborná fóra	Vyhledávání konkrétních stránek poskytovatelů	Facebookové skupiny, diskuse, fóra
<b>Metrika</b>	Počet lidí, kteří proklikly cílenou reklamu	Doba strávená na webu přes prokliknuté reklamy	Doba strávená prohlížením podstránek webu.	Průměrná doba trvání na webových stránkách a míra okamžitého opuštění.

Tabulka 3 - STDC Framework pro MySmartHouse Zdroj vlastní

# Hodnocení a analýza webových stránek firmy MySmartHouse.cz

## Hodnocení webové stránky

- Subjektivní názor
- Grafika webové stránky
- Optimalizování webu

Celý web je přehledný a primárně zaměřený na modrou a oranžovou barvu, tyto barvy hodnotím kladně, jelikož se nachází v logu a web, tak na sebe navazuje. V horní části se nachází menu, které neobsahuje rozsáhlejší popis služeb, tudíž zákazník nemá možnost nových informací. Na weby jsou použity fotografie, které neladí s barevnou tematikou webu.

Shrnutí	
Jednoduchý a přehledný web	+
Slazená barevnost webu	+
Nedostatek informací	-
Nevhodné náhledové fotky	-

Tabulka 4 - Shrnutí webu MySmartHouse.cz Zdroj vlastní

## Pagespeed Insights

### Analýza pro desktop

Výsledné měření můžeme vidět, že webová stránka získala 78 bodů to znamená, že je načítání stránky průměrné. Pod hodnocením webu se nachází možnosti, kterými web zlepšit a zrychlit. Veliký problém je ve Wordpressu, který obsahuje zbytečné části kódu, které zpomalují načítání. K vyšší rychlosti načítání webu by pomohla optimalizace Wordpress řešení. [1]



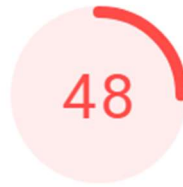
<http://www.mysmarthouse.cz/>

— 0-49 — 50-89 — 90-100 ⓘ

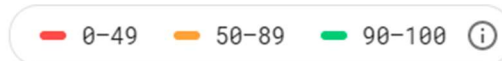
Obrázek 5 Pagespeed Insights MySmartHouse.cz Zdroj vlastní

### Analýza pro mobilní zařízení

Výsledné měření pro mobilní zařízení skončilo s 48 body. To znamená že stránka je podprůměrnou. Načítání webu je velice pomalé z důvodu příliš mnoha řádků kódu, který není použit a pouze zpomaluje webové stránky, také velikost obrázků, které se na mobilní zařízení načítají velice dlouho. [1]



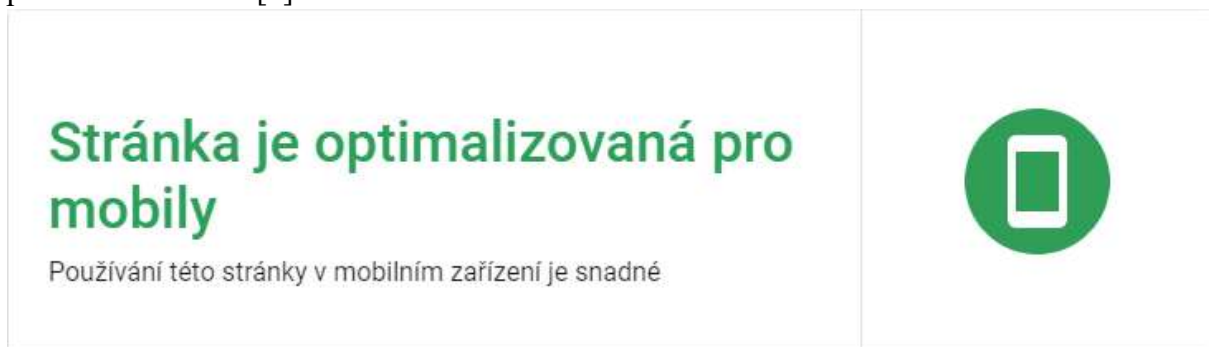
https://www.mysmarthouse.cz/



Obrázek 6Pagespeed Insights MySmartHouse.cz Zdroj vlastní

### Test použitelnosti v mobilech

Výsledné hodnocení dopadlo kladně, tudíž firma má webové stránky dobře optimalizované pro mobilní zařízení. Důležité informace, jako například kontakty lze na mobilní zařízení bez problému zobrazit. [2]



Obrázek 7Test použitelnosti v mobilech MySmartHouse.cz Zdroj vlastní

## Analýza konkurenčních webů

### Hodnocení webových stránek

- Subjektivní názor
- Grafika webové stránky
- Optimalizování webu

### Chytré domy

Webové stránky konkurenční společnosti vypadají zastarale a jsou špatně optimalizovány. Při načtení webu se pod menu nachází fotogalerie, která obsahuje spokojené lidi, což evokuje spokojené zákazníky. Web má lepší SEO optimalizaci, ale špatný grafický design, logo společnosti působí zastarale. [10]

Shrnutí	
SEO optimalizace	+
Rychlost webu	+
Zastaralý vzhled	-
Málo informací	-

Tabulka 5 - Shrnutí webu chytredomy.cz Zdroj: vlastní

## Pagespeed Insights

### Analýza pro desktop

Webové stránky [www.chytredomy.cz](http://www.chytredomy.cz) obdrželi 97 bodů, a to z nich dělá nadprůměrně rychlé. Nejdéle se vykreslovali obrázky, které zabrali půl sekundy. [1]



<http://www.chytredomy.cz/>

0-49 50-89 90-100 ⓘ

Obrázek 8Pagespeed Insights Chytré domy Zdroj vlastní

### Analýza pro mobilní zařízení

I když je webová stránka neresponzivní, tak získala 85 bodů, nejdéle se načítali obrázky, které zabrali až 2.2 sekundy. Web je zcela načtený po 4,3 sekundách. [1]



<http://www.chytredomy.cz/>

0-49 50-89 90-100 ⓘ

Obrázek 9Pagespeed Insights Chytré domy Zdroj vlastní

## Test použitelnosti v mobilech

Můžeme vidět, že stránka není optimalizovaná pro mobilní telefony, text na webové stránce je příliš malý. [2]



Obrázek 10 Test použitelnosti v mobilech Chytré domy Zdroj vlastní

## Evenix Solutions

Webová stránka konkurenční společnosti vypadá moderně a je dobře optimalizovaná. V horní části webu se nachází logo společnosti, menu a v pravé části informační email.

Následuje Fotogalerie, která obnáší různé fotografie možností instalace. Pod fotografií se nachází rozdělení na služby. A základní informace o společnosti. [11]

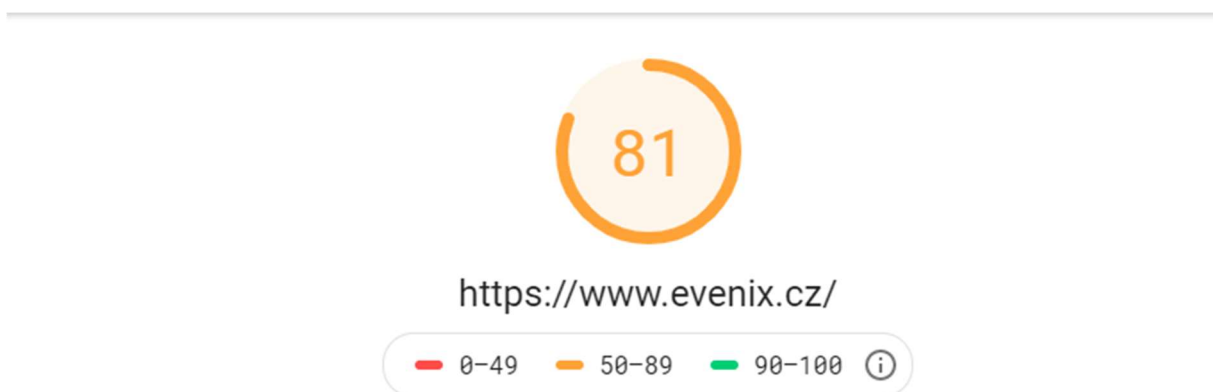
Shrnutí	
Moderní web	+
Kvalitní obsah	+
Pomalý web pro Mobily	-

Tabulka 6 - Shrnutí webu evenix.cz Zdroj: vlastní

## Pagespeed Insights

### Analýza pro desktop

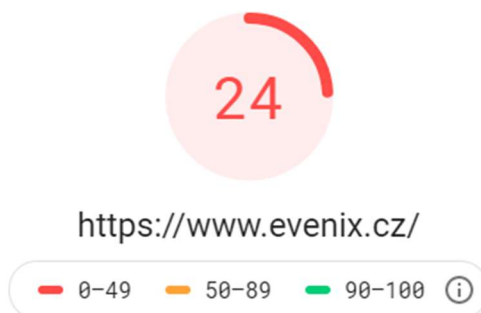
Webové stránky <https://www.evenix.cz/> obdrželi 81 bodů, a to z nich dělá průměrně rychlé webové stránky. Na webu se nachází JavaScript a CSS styly, které zpomalují načítání webu. [1]



Obrázek 11 Pagespeed Insights Evenix Zdroj vlastní

## Analýza pro mobilní zařízení

Webová stránka vypadá moderně a je optimalizovaná pro mobilní telefony, ale problém nastal při načítání obsahu, který trvá příliš dlouho. Web se vykreslil až po 6 sekundách. A je použitelný až po 10 sekundách. [1]



Obrázek 12 Pagespeed Insights Evenix Zdroj vlastní

## Test použitelnosti v mobilech

Můžeme vidět, že je stránka optimalizována pro mobilní zařízení, ale nepovedlo se některé stránky načíst. [2]

Stránka je optimalizovaná pro mobily

Používání této stránky v mobilním zařízení je snadné



Obrázek 13 Test použitelnosti v mobilech Evenix Zdroj vlastní

## FutureIn

Webové stránky konkurenční firmy, působí nedodělaně. Firma má moderně vypadající logo, web slazený barevně, ale použité nevhodné fotografie. Stránka moc neaktualizuje novinky. [12]

Shrnutí	
Moderní Logo design	+
Rychlost webu	+
Nedodělaný web	-

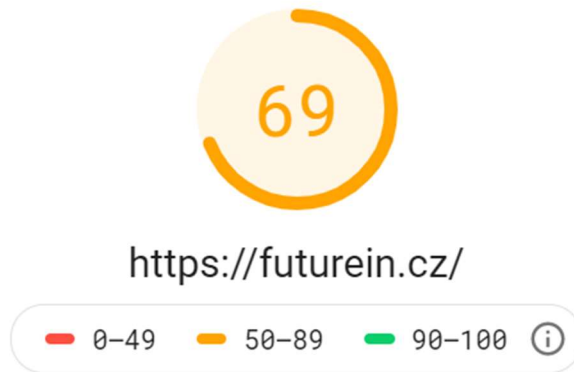
Tabulka 7 - Shrnutí webu futurein.cz Zdroj: vlastní

## Pagespeed Insights

### Analýza pro desktop

Webové stránky <https://futurein.cz/> obdrželi 69 bodů, a to z nich dělá průměrně rychlé webové stránky. Nejdéle se načítaly obrázky, které jsou příliš velké. [1]

---

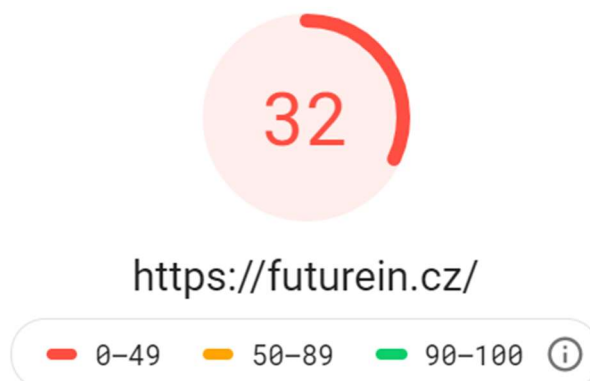


Obrázek 14 Pagespeed Insights FutureIn Zdroj vlastní

### Analýza pro mobilní zařízení

Webové stránky obdrželi 32 bodů což z nich dělá podprůměrně rychlé webové stránky. Webové stránky se poprvé načetli po 11 sekundách a byly použitelné až po 25 sekundách. [1]

---



Obrázek 15 Pagespeed Insights FutureIn Zdroj vlastní



## Test použitelnosti v mobilech

Můžeme vidět, že je stránka optimalizována pro mobilní zařízení, ale nepovedlo se některé stránky načíst. [2]

# Stránka je optimalizovaná pro mobily

Používání této stránky v mobilním zařízení je snadné



Obrázek 16 Test použitelnosti v mobilech FutureIn Zdroj vlastní

## SEO

SEO search engine optimization je proces, kterým zvýšit kvalitu a viditelnost webu ve vyhledávacích. SEO se používá při vytváření nové či již funkční webové stránce a zajistí nám, aby byla co nejvíce optimalizovaná pro vyhledávače a jejich požadavky. Na základě požadavků se odvíjí pozice webu při organickém vyhledávání. Požadavky se dělí na dvě hlavní skupiny:

**Off-page faktory** Nacházejí se mimo dané webové rozhraní, tím pádem jsou špatně ovlivnitelné. Čím lepší jsou Off-page faktory, tím je webová stránka lépe hodnocena textovými vyhledávači. Důležitou roli hrají i sociální sítě, které mohou pomoci při hodnocení webové stránky.

**On-page faktory** Jsou spojené s HTML kódem, hlavně kontrolují správně použité HTML značky jako například alt tagy, URL a další, díky kterým vyhodnocuje vyhledávací robot kvalitu webu. Jelikož jsou součástí webové stránky, tak jsou jednoduše editovatelné a lze tak dosáhnout vyšší viditelnosti webu.

Pro správné vytváření obsahu pro web se používá copywriting, je tedy důležité provést analýzu klíčových slov, která poskytne seznam klíčových slov a spojení, která jsou uživateli nejvíce používány. Tyto slova a fráze je důležité správně zakomponovat do webové stránky.

Optimalizace pro vyhledávače je velice náročná a dlouhodobá činnost, která potřebuje mnoho ověřování a měření výsledků. Z těchto důvodů se pro SEO používá veliká řada nástrojů, ať už to jsou online nástroje, nebo desktopové aplikace. K nejpoužívanějším patří **Google Analytics, Google trends, Seznam klíčová slova** a mnohé další. [20] [21]

## Klíčová slova

### Druhy klíčových slov

Klíčová slova se dělí na více typů. Jsou slova, která zákazníci použijí, když hledají daný produkt nebo službu.

## **Volná shoda**

Dotaz obsahuje dané klíčové slovo a může obsahovat i jakákoliv další a nezáleží na pořadí slov. Klíčové slovo může být v podobě synonyma nebo obsahovat gramatickou chybu.

V případě použití modifikátoru volné shody, tak zobrazuje reklamu stejně jako u volné shody, ale vylučuje synonyma.

## **Frázová shoda**

Dotaz uživatele obsahuje přesnou frázi klíčového slova v daném pořadí, ale může obsahovat i jakákoliv další slova.

## **Přesná shoda**

Dotaz a klíčové slovo se shodují přesně a na jejich základě zobrazuje reklamu.

## **Vylučovací shoda**

Pokud v kampani bude vybráno slovo jakožto vylučovací shoda, tak v případě zadání tohoto slova se kampaň nezobrazí.

## **Analýza klíčových slov**

Analýza klíčových slov pomáhá zajistit lepší optimalizaci a hledanost webu napříč vyhledávači. Na základě toho, co lidé vyhledávají a jakým způsobem to formulují. Hodnoty, které nám dávají nástroj jako Google analytics jsou pouze odhady, jedná se průměry hodnot.

Při tvorbě analýzy je důležitý sběr dat, jedná se o všechny možnosti, které by mohli uživatelé ve vyhledávacích hledat. Marketing miner má tzv. extraktory, které nám umožní získat data z nástrojů Google Analytics a Google Search Console. Tyto extraktory nám umožní získat všechna klíčová slova, které byly použity. [22] [23] [24] [29]

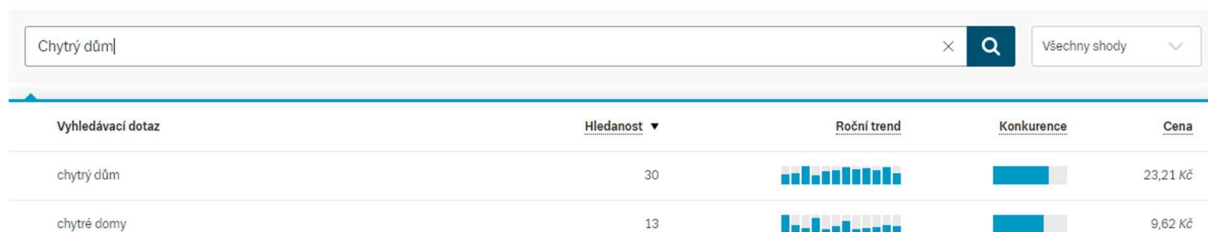
## **Analýza klíčových slov pro MySmartHouse.cz**

Abych mohl začít s analýzou, tak potřebuji hrubý odhad, jak by klíčová slova mohla vypadat a na jejich základě začít vyhledávat správná.

### **Postup analýzy klíčových slov:**

- Na základě osobních zkušeností byl vytvořen hrubý návrh
- Byl použit nástroj Google a seznam, kde po zadání klíčového slova vyhledávač našeptává
- Byl použit nástroj návrh klíčových slov Sklik
- Byl použit nástroj návrh klíčových slov Google
- Byl použit nástroj návrh klíčových slov Google Trends

## Návrh klíčových slov



Obrázek 17 Analýza klíčových slov Sklik Zdroj: vlastní

Více klíčových slov v příloze.

Chytrý dům	Instalace chytrého domu
Smart Home	Chytré domy
Smart House	Loxone
Loxone chytrý dům	Chytrý dům cena
Dodavatel chytrého domu	Bezpečný dům

Tabulka 8 - Klíčová slova webu mysmarthouse.cz Zdroj: vlastní

## PPC reklamy

Jsou jedny z nepopulárnějších internetových reklam na světě. Z anglického pay per click plyne, že inzerent neplatí za zobrazení, ale za prokliknutí samotné reklamy. Cena za proklik se označuje CPC, které stojí pro cost per click. PPC reklamy se zaručí za potencionální klienty pomocí klíčových slov, regionálního cílení a další. Jsou velice flexibilní umožňují propagovat dočasné akce. Díky nástrojům, které provozují PPC reklamy, tak jsou měřitelné a lze je upravovat dle vlastních potřeb. Důležitá je rentabilita tzv. kontrola kolik reklama stála a kolik reklama vydělala a přinesla nových zákazníků.

### Druhy PPC reklam

#### Reklama ve vyhledávací síti

Jedná se o nejčastěji používanou formu ppc reklamy, jde o zobrazení inzerátů přímo v prohlížeči.

#### Reklama v obsahové síti

Jedná se o reklamu, která se zobrazuje na reklamních bannerech přímo na webových stránkách. Zobrazení reklamy ovlivňují klíčová slova webové stránky, téma webové stránky a další. V dnešní době bývají nahrazeny tzv. **kombinovanou reklamou**, která je tvořena z několika obrázků, log a textů, které si systém sám dává dohromady a tvoří jednotlivé reklamní variace.

#### Remarketing

Je způsob cílené reklamy, při které se cílí uživatele, kteří navštívili váš web. Na základě jejich návštěvy se jim ukazují produkty, které si prohlíželi. Pomocí speciálního kódu na webových stránkách se vytvoří seznam uživatelů, kteří webové stránky navštívili. Následně je možné na tyto uživatele zacílit reklamu, aby se vrátili na dané webové stránky. Důležité je seznam uživatelů správně rozdělit a zacílit každého uživatele jinak. Například lidé, co si dali věci do košíku a nedokončili nákup, tak zacílit reklamu na dokončení nákupu.

## Videoreklamy

Jde o krátké video, které může obsahovat produkt firmy, nebo pouze poukázat na nové služby formou videa. [25] [26]

## Návrh reklamní působnosti

### Strukturování Kampaní

Struktura kampaně sice nemá vliv na její funkčnost, ale rozhoduje o tom, jak s ní bude zacházeno. Struktura by se mělo věnovat dostatek času, aby na ní lépe navazovaly inzeráty a byla jednodušší jejich správa a údržba.

### Návrh PPC kampaně pro MySmartHouse.cz

Na základě služeb firmy, bude kampaň rozdělena do čtyř sekcí: Loxone (Chytrá domácnost), HikVision (zabezpečovací kamerové systémy), Jablotron (Zabezpečovací systémy) a HeatMax (topné folie). Každá sekce je zastoupena službou, kterou firma provozuje. Každá sekce má svůj vlastní seznam klíčových slov a některá slova se opakují, protože jednotlivé sekce na sebe navazují. Každá sekce má vlastní inzerát, který se zobrazuje potencionální zákazníkům. [26]

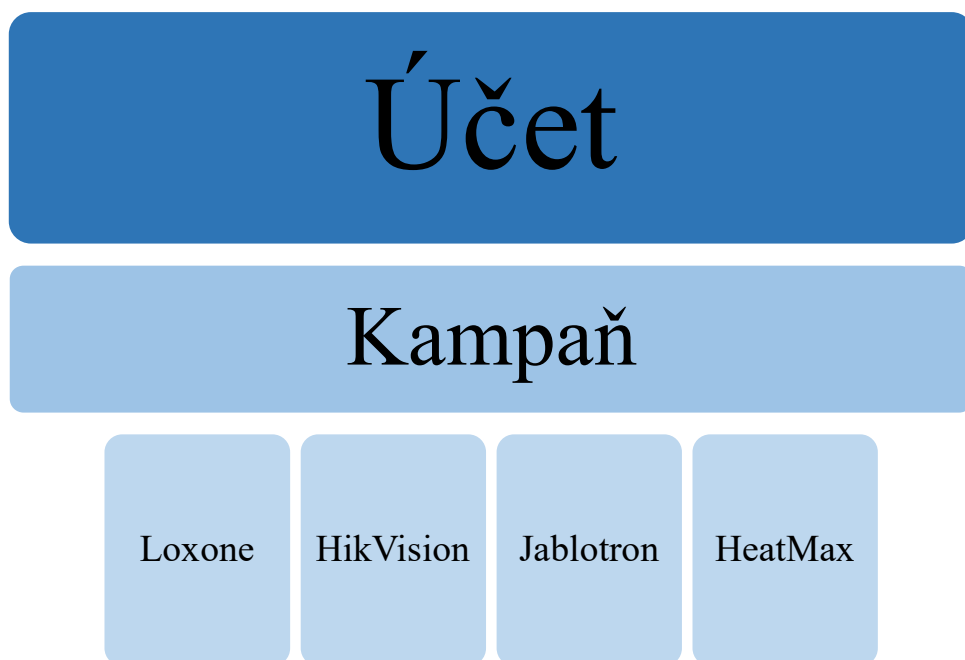


Diagram 1 Diagram PPC kampaně Zdroj vlastní

### Sekce Loxone

Návrh klíčových slov pro sekci Loxone se nachází na obrázku číslo x.

Chytrý dům
Smart Home
Smart House
Loxone chytrý dům
Dodavatel chytrého domu

Tabulka 9 - Klíčová slova sekce Loxone Zdroj: vlastní

## Sekce HikVision

Návrh klíčových slov pro sekci Hikvision se nachází na obrázku číslo x.

Kamerové zabezpečení
Kamerový systém
HikVision
HikVision cena
Montáž kamerového systému

Tabulka 10 - Klíčová slova sekce HikVision Zdroj: vlastní

## Sekce Jablotron

Návrh klíčových slov pro sekci Jablotron se nachází na obrázku číslo x.

Zabezpečení domu/bytu
Jablotron
Jablotron Cena
Chytrý a bezpečný dům
Jak zabezpečit dům?

Tabulka 11 - Klíčová slova sekce Jablotron Zdroj: vlastní

## Sekce HeatMax

Návrh klíčových slov pro sekci HeatMax se nachází na obrázku číslo x.

Topení
HeatMax
Instalace podlahové topení
Podlahové topení
Cena podlahového topení

Tabulka 12 - Klíčová slova sekce HeatMax Zdroj: vlastní

## Návrh reklamních bannerů

### Banner

Je druh reklamy, který se používá na webových stránkách a mívá obdélníkový tvar. Bannerová reklama je jedna z nejstarších reklam v online marketingu. Bannery by měli obsahovat logo firmy, název, interaktivní prvek nebo službu kterou firma nabízí.

Návrh banneru pro MySmartHouse.cz

Reklamní banner o rozměru 970x250 určený pro Google Ads. Účelem banneru je rozšířit povědomí o firmě a jejích službách. V horní části se nachází logo firmy, na pozadí je rozostřen obrázek montáže. Uprostřed se nachází informační popis a zajímavé informace. Na pravé části se nachází interaktivní tlačítko, které přesměruje na web.



## Tvorba grafických prací

### Logo:

Je grafický znak či symbol, který reprezentuje firmu, organizaci či společnost. Používá se na veškerých propagačních materiálech a produktech. Logo by mělo být jednoduché a lehké na zapamatování, také je důležitá čitelnost a originalita.

### Tvorba loga:

S logem jsem začal, tak že jsem prohlédl, co má konkurence zaměřená na stejnou věc. Dále jsem začal vybírat ten správný font a barvy, které spolu budou ladit. Když sem našel správnou kombinaci barev a fontu, tak jsem se pustil do samotného rozložení textu a tvorby ikony chytrého domu. Po návrhu správného tvaru domu jsem celý dům vyhladil, dodělal lépe hrany a přidal obličej, který tomu dodá více přátelský efekt. Po dokončení domu byli přidány znaky wifi a ty mají znamenat to že je dům chytrý a funguje bezdrátově. Po finální verzi domu následovalo koneční rozložení textu a ikony dohromady. Vektorová část loga byla tvořena v Adobe Ilustrátor po dokončení exportováno do Adobe Photoshop, kde byli přidány stíny a bylo celé logo doděláno. Následně logo bylo použito na webových stránkách, vizitkách a dalších propagačních materiálech.



Obrázek 18 Grafický návrh loga Zdroj vlastní

### Vizitky:

Je grafický produkt, který slouží k propagaci a předání důležitých informací o firmě společně s kontaktem. Vizitka je nezbytností pro propagační materiály společnosti.

### Tvorba vizitky:

Při tvorbě vizitek jsme nejdříve prohlédl konkurenci, poté jsem dal dohromady tři návrhy, které jsem pomalu upravoval a předělával. Po nějaké době jsem vyřešil přední stranu, tak že jsem vložil logo firmy na vrch a pod logo naskládal loga spolupracujících firem, které dodávají materiál, technologie a produkty. Následovala zadní strana, která musela obsahovat mobilní telefon, email, adresu a webové stránky ty jsou uvedeny i v QR codu. Jako první jsem řešil ikonky, které jsem po hodně úpravách předělal dle své potřeby.



Obrázek 19 Grafický návrh vizitky Zdroj vlastní

Vizitka byla vytvořena v programu Adobe Ilustrátor, kde probíhala kompletní tvorba ikonek, sazby textu a finální úpravy.

## Leták:

### Tvorba letáku:

Jako první jsem si prohlédl, jaké styly letáků se používají. Poté jsem se pustil do práce a navrhl několik designů, které jsem postupně vylepšoval, a nakonec jsem je spojil do hromady. A trochu upravil, když se mi povedl vytvořit design, se kterým jsem byl spokojený, tak sem se pustil do vložení textů a loga. Když jsem měl vše na místě, tak už jen následovalo zvětšení

důležitých informací a finální zarovnání.



Obrázek 20 Grafický návrh letáku Zdroj vlastní

Leták byl vytvořen v programech Adobe Ilustrátor a Adobe InDesign. V Ilustrátoru byla vytvořena grafická část letáku a v InDesign sazba samotného textu.

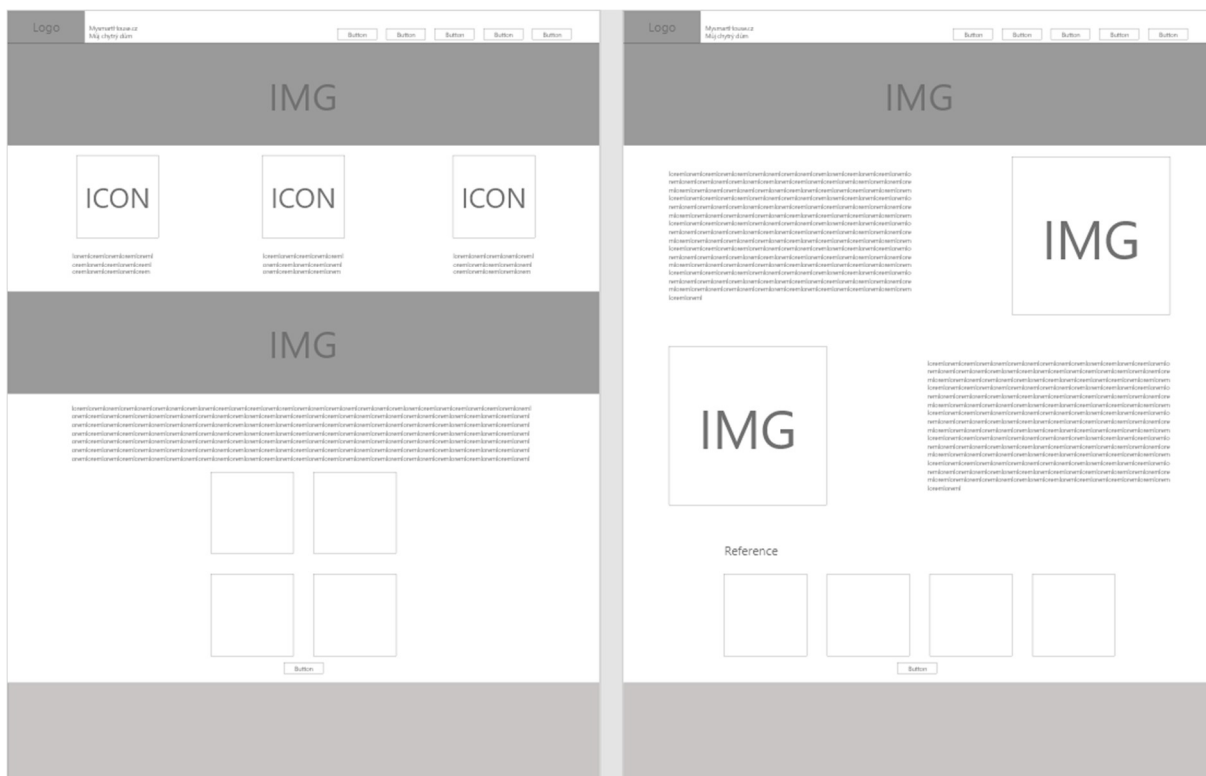
## Wireframe

Neboli drátěný model webu je rozložení webu před samotným grafickým zpracováním. Obsahuje hlavní obsah webu a jeho funkce. Ve WireFramu by se neměli nacházet žádné obrázky ani barevná provedení. Jeho úkolem je zorganizovat web, aby byl přehledný a vše mělo svůj smysl. Wireframe se vyrábí v Adobe XD, Adobe InDesign, MS Visio a další. Samozřejmostí jsou i webové aplikace, které obsahují online editor například Wireframe.cc, Canva.com a další. [27]

## Wireframe pro MySmartHouse.cz

Drátěný model byl vytvořen podle předlohy stávajícího webu, který byl následně upraven a byli přidány podstránky (Loxone, HikVision, Jablotron a HeatMax). V horní levé části bude logo společnosti v pravé části bude menu, které bude obsahovat všechny stránky a podstránky. Uprostřed se nachází logo společnosti, jako pozadí bude zvolena fotka. Pod úvodní fotografií se budou nacházet tři ikonky, které obsahují text. Následuje obecný text a obecný obrázek schématu chytré domácnosti. Nabízené služby, formou prokliknutelného obrázku odkazujícího na podstránku. Pod službami se nachází tlačítko, které přeměruje na kontaktní formulář. A následuje patička, která obsahuje sekci o nás, shrnutí poskytovaných služeb a kontaktní informace (telefon, email, adresu a další). Wireframe byl vytvořen v Adobe XD.





Obrázek 21 Wireframe Zdroj vlastní

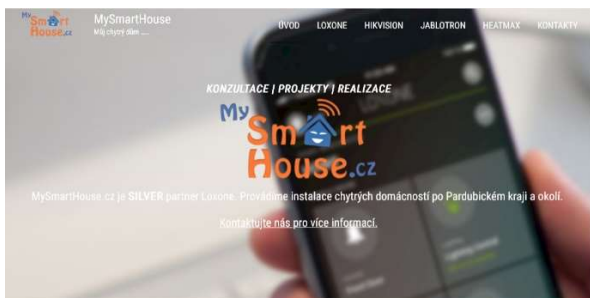
## Tvorba webových stránek

Web byl vytvořen podle wireframe na platformě Wordpress kde, již byl web rozpracovaný, ale nebyl dokončen a neobsahoval dostatečné informace. Web byl laděn do modro oranžové, takže hezky ladil s logem.

V horní části webu se nachází samotné logo, popis společnosti a menu, které obsahuje podstránky, které se zaměřují na nabízené služby. Následuje obrázek, který zastupuje chytrý dům. Pod obrázkem se nachází informační část, kde je obrázek, který ukazuje možnosti chytrého domu a pod ním následuje informační text.

Patička obsahuje důležité informace, jako například adresu, telefon, email a další. Nadále je zde menší popis o nás, který obsahuje, jak firma začala fungovat. Následují odkazy na e-shop, montáž internetu a další.

Při tvorbě webové stránky byly použity tyto nástroje: Wordpress, Adobe Ilustrátor a Adobe Photoshop.



 <b>KONZULTACE</b>	 <b>PROJEKTY</b>	 <b>REALIZACE</b>
<p>První konzultaci poskytujeme zdarma, je možné využít návštěvy našeho vzorového domu.</p>	<p>Na základě konzultace Vašeho projektu pro Vás připravíme projekt Vaší chytré domácnosti a Vašeho topení přesně na míru.</p>	<p>Veškeré realizace jsou prováděny výhradně naším certifikovaným montážním týmem. (certifikace Loxone, HeatMax, ...)</p>

## Proč chytrý a bezpečný dům?

Skoro každý dům či byt v dnešní době obsahuje technologie, ať už se jedná o topení či osvětlení. Většina domů pak obsahuje ještě více technologie a využívá stínění ve formě rolet či žaluzií, klimatizaci a mnohé další. A každá z těchto technologií potřebuje nějaké ovládání, aby fungovala tak jak má. A právě proto může pomoci instalace chytrého domu, který tyto technologie propojí do jednoho funkčního celku, ovládaným mobilní aplikací.



Výsledné propojení je výrazně jednodušší ovládání a umožní i částečnou automatizaci, která dříve nebyla možná například když v ložnici otevře okno, tak se mi vypne topení, což vede k šetření energie. Propojení dále nabízí různá automatická řešení, takže v případě opuštění domu se zhasnou všechna světla a aplikace mi oznámí, zda jsou zavřená všechna okna a různé další scénáře, které zjednoduší Váš každodenní život. Další velký přínos chytrého domu je ve zvýšené bezpečnosti domu.



### Kontaktujte nás

Chcete se dozvědět více? Chcete si vyzkoušet jak chytrý dům Loxone funguje? Chcete si vyzkoušet topné fólie HeatMax? Sjednejte si prohlídku v našem vzorovém domě.

[KONTAKTY](#)

<p><b>O NÁS</b></p> <p>Naše přítomnost sahá do roku 1997, kdy začínáme s prostorem IT techniky, spouštíme první e-shop a začínáme odlišit IT techniku do celé ČR.</p> <p>O rok později v roce 1998 začínáme s průmyslovou automatizací, odvíjíme a vyvíjíme průmyslové řídicí systémy pro nadnárodní společnosti (Duka Kabely s.r.o. v současně článek Přehled Group) jako specializované podnikové datové.</p> <p>Domácí automatizace "Loxone" a moderní vytápění "HeatMax" byly jen další logický krok v našem rozvoji.</p> <p><b>Loxone Smart Home Silver Partner</b></p>	<p><b>NAŠE AKTIVITY</b></p> <p>Internetový obchod "<a href="http://www.InterShop24.cz">www.InterShop24.cz</a>"</p> <p>domácí automatizace "Loxone"</p> <p>kamerové systémy "HiKVision"</p> <p>moderní vytápění "HeatMax"</p> <p>bezdrátový internet "MAXIMUM"</p>	<p><b>InterShop24.cz</b></p> <p>Elizabětská 1, 562 01 Ústí nad Orlicí</p> <p><a href="mailto:mysmarthouse@intershop24.cz">mysmarthouse@intershop24.cz</a></p> <p>+ (420) 468 033 202</p> <p>Po - Pá: 9:00 - 11:00 13:00 - 16:00</p> <p><a href="#">f</a> <a href="#">G+</a></p>
--	---	---

Obrázek 22 Webová stránka Zdroj vlastní



## O Loxone

Chytrá domácnost za nás udělá to, co nechceme nebo nemůžeme dělat sami. Postará se o bezpečí naše i našeho majetku. Aplikace na ovládání chytré domácnosti se jednoduše se ovládá, víme, co se děje, a máme ji pod kontrolou kdekoliv a kdykoliv. Efektivně hospodaří s energiemi. Váš dům automaticky reaguje na změny počasí: tudí, sám topí, chladí, stíní a větrá tak, aby vám doma bylo vždy příjemně, bez nutnosti něco ovládat.

## Co stálo za zrodem Loxone SmartHome?

Vše začalo v roce 2008 v Rakousku. Thomase Mosera a Martina Öllera zaujala myšlenka centrálního řízení domácnosti pro větší pohodlí, bezpečnost a úspory. Konečnou úroveň automobily už v této době uměly samy zaparkovat a řadu dalších věcí, tak proč by domácnosti, také nemohli těžit z technologií.

V případě zájmu nás **kontaktujte**, domluvíte si schůzku, kde se dozvíte základní informace a uvidíte názornou ukázkou chytré domácnosti. Instalace provádíme v **Pardubickém kraji a okolí**.



## Jak na chytrou domácnost?

**Kontaktujte nás** a domluvíte si s námi **konzultaci**, kde probereme detaily vašeho bydlení, jaké řešení chytré domácnosti pro Vás bude nejvhodnější a co vše by, jste od vašeho smart home **očekávali**. Na základě konzultace pro Vás připravíme **projekt**, který bude obsahovat detailní rozpočtení produktů po vašem bytí. Jakmile bude projekt hotov, tak následuje realizace. Jakmile bude dům či byt připraven na instalaci, tak k vám přijedeme a vše nainstalujeme a naprogramujeme. Dále bude následovat tak zvaný test run kdy vy budete v chytré domácnosti žít a provedete poznámky co Vám nevyhovuje a co by, jste chtěli na domu upravit. A poté se s Vámi spojíme a potřebné změny **upravíme**.



## Reference



### O NÁS

Malé začátky sahají do roku 1997. Když začali jsme s podnikem IT techniky, spouštěme první e-shop a začínáme řešit IT techniku do celé ČR.

Díky pečlivé práci v roce 1998 získáme první příjmovou automatizaci, dodáváme a vyvíjíme integrované řešení systémů pro nemovitostní podnikání. Děkujeme za svou investici do nás. Přivítáme všechny, kteří se spolupráce pokoušejí dojet.

Domácí automatizace "Loxone" a kamerové systémy "HIKVISION" mají již jen další výhledy, ale v současné době...

### NAŠE AKTIVITY

**interstory obchod "www.interShop24.cz"**

**domácí automatizace "Loxone"**

**kamerové systémy "HIKVISION"**

**moderní vytápění "HeatMax"**

**bezdrátový internet "MAXIMUM"**

### interShop24.cz

Barcelonka 1, 562 01 Ústí nad Orlicí

mysmarthouse@interShop24.cz

+420 488 000 700

Po - Pá 9:00 - 15:00 15:00 - 16:00

**Loxone Smart Home Silver Partner**

© interShop24.cz

Privacy & Cookies Policy

f +

Obrázek 23 Webová stránka služby Zdroj vlastní

## Závěr

Cílem maturitního projektu bylo zhodnotit a zanalyzovat aktuální marketingovou strategii firmy MySmartHouse.cz v Ústí nad Orlicí. Po zanalyzování jsem zjistil že je nedostatečná, web není dodělaný a neobsahuje potřebné informace. Jako první jsem provedl SWOT analýzu, která mi zobrazila silné a slabé stránky společnosti, nové možnosti a jakým věcem se vyhnout a dávat si na ně bacha. Na základě zkušeností jsem definoval cílové skupiny pro MySmartHouse.cz, které vedli k vytvoření marketingových person. Následoval STDC framework. Poté jsem zanalyzoval klíčová slova, které mi následně pomohli s návrhem PPC reklam. Následovala tvorba webové stránky, která byla vytvořena podle drátěného modelu, web byl vytvořen na platformě wordpress. V momentální chvíli je webová stránka vypnutá z důvodu přechodu firmy pod s.r.o a změnu názvu. Na novém logu se již pracuje. Aktuální webové rozhraní bude pouze upraveno o nový barevný model formy a nové logo, jinak vše zůstane při starém. Na závěr jsem tvořil grafické podklady společnosti, které se také časem budou předělávat pod nové logo a do stejného barevného modelu. Začal jsem s klientem dávat dohromady logo, od kterého se celková grafika odvíjela. Následovala tvorba vizitek, letáku a reklamních bannerů vhodné pro PPC reklamy. Další grafické prvky jsem nevytvářel, jelikož firma nic dalšího nechtěla.

Při projektu jsem se potýkal s menšími komplikacemi, při tvorbě webu jsem pracoval poprvé s takovou rozsáhlou šablonou, takže mi chvíli trvalo, než sem se všechno naučil. Jelikož původní web nebyl napojen na Analytics, tak jsem neměl data důležitá pro analyzování webu. Následovali grafické práce, které se pořád upravovali a drobnými změnami předělávali.

Pracovat pro reálnou firmu mě bavilo a byla to skvělá zkušenost. Vyzkoušel jsem si věci, které jsme doposud dělali pouze ve škole.

## Citace

- [1] About PageSpeed Insights [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://developers.google.com/speed/docs/insights/v5/about?utm\\_campaign=PSI&utm\\_medium=incoming-link&utm\\_source=PSI&hl=cs-CZ](https://developers.google.com/speed/docs/insights/v5/about?utm_campaign=PSI&utm_medium=incoming-link&utm_source=PSI&hl=cs-CZ)
- [2] Test použitelnosti v mobilech [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/6352293>
- [3] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Google\\_Trends](https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Trends)
- [4] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Illustrator](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator)
- [5] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Photoshop](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop)
- [6] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_InDesign](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign)
- [7] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Premiere\\_Pro](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Premiere_Pro)
- [8] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/WordPress>
- [9] Wedesin: CO JE TO WORDPRESS A JAKÉ JSOU JEHO VÝHODY A NEVÝHODY? [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.wedesin.cz/co-je-to-wordpress-a-jake-jsou-jeho-vyhody-a-nevyhody>
- [10] Chytré domy [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <http://www.chytredomy.cz/>
- [11] Chytré domy [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.evenix.cz/>
- [12] Loxone Hradec Králové Smart Home Chytrá domácnost ovládání domu [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://futurein.cz/>
- [13] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT\\_analysis](https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis)
- [14] Marketing Mind: SWOT analýza [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.marketingmind.cz/swot-analyza/>
- [15] Mladý podnikatel: SWOT analýza [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-swot-analyza-t2797>
- [16] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/C%C3%ADlov%C3%A1\\_skupina](https://cs.wikipedia.org/wiki/C%C3%ADlov%C3%A1_skupina)
- [17] MioWeb: CO JE CÍLOVÁ SKUPINA [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.mioweb.cz/slovnicek/cilova-skupina/>
- [18] Včeliště: Tvoříme persony pro obsahový marketing [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://vceliste.cz/blog/tvorime-persony-pro-obsahovy-marketing/?fbclid=IwAR2d9B38oaiuGvjwECj3QT0ieRNF2GT2FoE-CMBR3Xlx3jMBAQDtNrTy57A>
- [19] ONLINE AND WEB: See-think-do-care framework [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.onlineandweb.com/cs/see-think-do-care-framework>

- [20] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine\\_optimization](https://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine_optimization)
- [21] SEO PRAKTICKY: SEO: optimalizace pro vyhledávače [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.seoprakticky.cz/co-je/seo/>
- [22] Youtube: NÁSTROJE PRO VYHLEDÁVÁNÍ KLÍČOVÝCH SLOV - Shoptet.TV (73. díl) [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=POzV9WcSCZ0&t=329s>
- [23] Youtube: KLÍČOVÁ SLOVA A FRÁZE OD OBECNÝCH, AŽ PO "LONG TAIL" - Shoptet.TV (72. díl) [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fYy7k1klFVc&t=170s>
- [24] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Kl%C3%AD%C4%8Dov%C3%A9\\_slovo](https://cs.wikipedia.org/wiki/Kl%C3%AD%C4%8Dov%C3%A9_slovo)
- [25] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Pay-per-click>
- [26] Hana Kobzová: Co je PPC reklama? Způsob jak získat více zákazníků! [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://hanakobzova.cz/co-je-ppc-reklama/>
- [27] In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Website\\_wireframe](https://en.wikipedia.org/wiki/Website_wireframe)
- [28] Obsah na Dosah: STDC framework jako základ pro úspěšné fungování marketingu [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.obnd.cz/marketing/stdc-framework-jako-zaklad-pro-uspesne-fungovani-marketingu.html>
- [29] *Sklik* [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <https://www.sklik.cz/>
- [30] *Seo Reklama: Reklamní systém Sklik* [online]. [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: <http://www.seo-reklama.cz/Sklik.html>
- [31] In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2020-03-30]. Dostupné z: [https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_XD](https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_XD)
- [32]

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Mapa prodejny Zdroj vlastní .....	12
Obrázek 2 První marketingová perosna Karel Polévka Zdroj vlastní.....	15
Obrázek 3 Druhá marketingová perosna Petr Arts Zdroj vlastní.....	15
Obrázek 4 STDC framework Zdroj vlastní.....	16
Obrázek 5 Pagespeed Insights MySmartHouse.cz Zdroj vlastní.....	19
Obrázek 6 Pagespeed Insights MySmartHouse.cz Zdroj vlastní.....	20
Obrázek 7 Test použitelnosti v mobilech MySmartHouse.cz Zdroj vlastní .....	20
Obrázek 8 Pagespeed Insights Chytré domy Zdroj vlastní .....	21
Obrázek 9 Pagespeed Insights Chytré domy Zdroj vlastní .....	21
Obrázek 10 Test použitelnosti v mobilech Chytré domy Zdroj vlastní.....	22
Obrázek 11 Pagespeed Insights Evenix Zdroj vlastní.....	22
Obrázek 12 Pagespeed Insights Evenix Zdroj vlastní.....	23
Obrázek 13 Test použitelnosti v mobilech Evenix Zdroj vlastní .....	23
Obrázek 14 Pagespeed Insights FutureIn Zdroj vlastní .....	24



Obrázek 15Pagespeed Insights FutureIn Zdroj vlastní .....	24
Obrázek 16Test použitelnosti v mobilech FutureIn Zdroj vlastní.....	25
Obrázek 17Analýza klíčových slov Sklik Zdroj vlastní .....	27
Obrázek 18Grafický návrh loga Zdroj vlastní.....	30
Obrázek 19 Grafický návrh vizitky Zdroj vlastní .....	31
Obrázek 20 Grafický návrh letáku Zdroj vlastní.....	32
Obrázek 21 Wireframe Zdroj vlastní .....	33
Obrázek 22 Webová stránka Zdroj vlastní.....	34
Obrázek 23 Webová stránka služby Zdroj vlastní.....	35

## Seznam tabulek

Tabulka 1 - SWOT analýza firmy MySmartHouse.cz Zdroj vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 2 - STDC Framework pro MySmartHouse Zdroj vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 3 STDC Framework proMySmartHouse.cz Zdroj vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 4 Shrnutí webu MySmartHouse.cz Zdroj vlastní.....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 5 Shrnutí webu chytredomy.cz Zdroj: vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 6 Shrnutí webu evenix.cz Zdroj: vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 7 Shrnutí webu futurein.cz Zdroj: vlastní.....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 8 Klíčová slova webu mysmarthouse.cz Zdroj: vlastní.....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 9 Klíčová slova sekce Loxone Zdroj: vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 10 Klíčová slova sekce HikVision Zdroj: vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 11- Klíčová slova sekce Jablotron Zdroj: vlastní.....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>
Tabulka 12- Klíčová slova sekce HeatMax Zdroj: vlastní .....	<b>Chyba! Záložka není definována.</b>

## Seznam diagramů

Diagram 1 Diagram PPC kampaně Zdroj vlastní.....	28
--	----

## Seznam příloh

Příloha 1. analýza klíčových slov

Příloha 2. Wireframe pro MySmartHouse.cz

Příloha 3. Screenshoty webové stránky