

DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.
Ke Kamenci 151, PARDUBICE

Maturitní Projekt

Marketingová kampaň na restauraci

Felicita L'Originale

Příjmení, jméno: Holler Jindřich

Třída: 4. B

Studijní obor: Internetový Marketing

Školní rok: 2018/2019

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	Jindřich Holler
Školní rok:	2018/2019
Třída:	4. B
Obor:	Informační technologie 18-20-M/01
Téma práce:	Marketingová kampaň - Felicita L Originale
Vedoucí práce:	Mgr.Petr Zerzán

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

Moje maturitní práce se zabývá firmou Felicita L Originale, která se pohybuje v gastronomickém odvětví, konkrétně se prezentuje jako pizzerie a kavárna. Maturitní práce obsahuje několik grafických návrhů, jako jsou bannery, vizitky, grafický návrh webu, propagační leták a další.

Obsahem práce by mělo být zmapování dosavadního internetového marketingu firmy a následné zpracování nové marketingové kampaně a vypracování SWOT analýzy a stanovení cílů do budoucna kterých budeme chtít dosáhnout.

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly)

Září – Základní zmapování konkurence a postavení firmy
Říjen – SWOT analýza, GA, SEO, Rozpočet, Technický scénář
Listopad – Promo video, Logo, wireframe a rozvržení graf. návrhu webu
Prosinec – Založení dokumentace, grafický návrh webu, grafický návrh - billboard, (výběr barev webu, rozložení, obsah), návrh propagačního letáku, grafický návrh - jídelní lístek
Leden - Návrhy vizitek, návrh hlavičkového papíru, návrh bannerů, návrh kampaně na Facebooku
Únor – Natočení krátkého videa o firmě, revize grafických návrhů, rozpočet
Březen – Revize dokumentace, revize celé kampaně

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

V Pardubicích 31.3.2019

Rád bych poděkoval učitelskému sboru, který se podílel na mé výuce a umožnil mi nasbírat dostatek vědomostí, které jsem využil k vytvoření maturitního projektu, zejména panu učiteli Mgr. Petru Zerzánovi za vedení a poskytnutí důležitých rad při odborných konzultacích. V neposlední řadě děkuji také majitelům restaurace Felicita L'Originale za spolupráci při vytváření marketingové kampaně.

Resumé

Cílem maturitního projektu bylo vytvořit marketingovou kampaň, která by pomohla restauraci k získání nových zákazníků. Byly vytvořeny grafické návrhy loga, od kterých se odvíjely grafické návrhy webu, vizitek, bannerů, hlavičkového papíru a jídelního lístku. Dále byly udělány analýzy návštěvnosti na webu, ze kterých byl navržen plán do budoucna. Založení nových, aktualizovaných profilů na sociálních sítích pro lepší viditelnost firmy a tvoření brandu. Dále bylo vytvořeno video o restauraci, které bude v budoucnu využito na webových stránkách.

Klíčová slova: marketing, marketingová kampaň, reklama, grafika, analýza, brand, sociální sítě, SWOT analýza, facebooková reklama, google analytics

Annotation

The goal of the graduation project was to create a marketing campaign that would help the restaurant to attract new customers. Graphic designs of logos were created based on graphic design of web, business cards, banners, letterhead and menu were based. Furthermore, web analytics analyzes were made from which a plan for the future was designed. Create new, updated social networking profiles for better visibility and branding. In addition, a video was created about the restaurant that will be used in the future on the website.

Key words: marketing, marketing campaign, advertisement, graphic, analysis, brand, social sites, SWOT analysis, facebook advertisement, google analytics

Obsah

Úvod	8
1 Použité technologie.....	9
1.1 Adobe Photoshop CC 2015.....	9
1.2 Adobe Illustrator CC 2015	9
1.3 Google Analytics	9
1.4 Facebook	9
1.5 Sklik.....	9
1.6 www.seotestonline.cz	10
1.7 Balsamiq	10
1.8 Palleton.....	10
2 Představení firmy	10
3 Zhodnocení dosavadního marketingu.....	10
3.1 Online marketing.....	10
3.1.1 Sociální sítě	10
3.1.2 Seo (Optimalizace pro vyhledávače)	11
3.1.3 PPC reklama.....	12
3.2 Offline marketing	12
4 Analýza návštěvnosti webu	12
4.1 Použité technologie pro účel analýzy návštěvnosti webu.....	12
4.1.1 Google analytics	12
4.1.2 Délka měření	12
4.1.3 Důvod výběru Google analytics.....	12
4.2 Implementace kódu na stránky.....	12
4.2.1 Zjištění	13
5 Zhodnocení webových stránek.....	14
5.1.1 Rozdělení	14
6 Určení cílové skupiny.....	15
7 Klíčová slova	15
7.1.1 Použité nástroje.....	16
7.2 Využití.....	16
7.3 Vybraná klíčová slova	16
8 SWOT Analýza	17
9 Fotogalerie.....	17

9.1	Důvod pořízení	17
9.2	Způsob pořízení	17
10	Grafické návrhy	18
10.1	Brand – barvy a logo.....	18
10.2	Vizitky	19
10.3	Drátěný model webu.....	19
10.4	Grafický návrh webu.....	20
10.5	Hlavičkový papír	21
10.6	Jídelní lístek	21
10.7	Bannery	22
11	PPC Reklama	23
12	Využití sociálních sítí.....	23
12.1	Jaké sociální sítě	23
12.1.1	Důvod	23
12.2	Vytvoření reklamních příspěvků.....	23
12.2.1	Konkrétní spravované příspěvky	23
12.3	Založení stránky.....	24
12.4	Spuštění stránky	24
13	Chod stránky.....	25
13.1	Výsledné grafy z Google Analytics.....	27
14	Závěr	28
15	Literatura	29
16	Seznam obrázků	31
17	Seznam příloh	32

Úvod

Cílem maturitní práce je zmodernizování všech grafických prvků, které se objevují na internetu a které může firma využít ke zviditelnění. Dále jsou v plánu i grafické návrhy, které patří do offline marketingu. Vše z důvodu tvoření brandu firmy. Konkrétně:

- Logo
- Bannery
- Drátěný model webu
- Grafický návrh webu
- Jídelní lístek
- Vizitka
- Hlavičkový papír
- Video o firmě

V plánu je také analyzovat návštěvy stránky a profilů na sociálních sítích. Vyhodnotit slabou část a vytvoření řešení. Také se bude připravovat návrh PPC reklamy a to dvou druhů. Firmu jsem volil zejména proto, že je po několikaletém provozu zastaralý vzhled webových stránek, na kterých se objevují všechny podstatné informace od jídelního lístku po kontaktní údaje. Webové stránky obsahují nekvalitní fotografie, nevhodný font a celkový vzhled nevzbuzuje touhu po tom, restauraci navštívit. Ostatní grafické prvky jako jsou vizitky, bannery a jídelní lístek jsou na tom po grafické stránce na stejné úrovni jako samotný web. Svou práci se proto budu snažit dělat moderně a atraktivně.

1 Použité technologie

K vypracování maturitní práce jsem využil několik grafických programů, které jsem volil dle svých předchozích zkušeností. Preferoval jsem především programy spadající pod Adobe, vzhledem k tomu, že jedna z hlavních výhod Adobe produktů je kompatibilita mezi jednotlivými nástroji a jejich snadná spolupráce.

1.1 Adobe Photoshop CC 2015

Adobe Photoshop je bitmapový grafický editor pro tvorbu a úpravy bitmapové grafiky vytvořený firmou Adobe Systems. Adobe Photoshop je světovým standardem v oblasti zpracování digitální grafiky. Profesionální, ale zároveň snadno ovladatelný program nabízí neuvěřitelné množství nástrojů na tvorbu a úpravu digitální grafiky. [1]

1.2 Adobe Illustrator CC 2015

Adobe Illustrator je komerční vektorový grafický editor od společnosti Adobe Systems. Illustrator patří mezi celosvětově nejpobulárnější nástroje pro práci s vektorovou grafikou. Aplikace, kterou používají profesionálové v oblasti návrhů po celém světě, poskytuje přesnost a výkon v podobě propracovaných kreslicích nástrojů, výrazných přirozených štětců, řady časově úsporných prvků a integrace s dalšími nástroji Adobe. [2]

1.3 Google Analytics

Google Analytics je nástroj od společnosti Google, který umožňuje vlastníkům webových stránek získávat statistická data o uživateliích svého webu. Díky této službě je možné sledovat aktuální i historickou návštěvnost, chování uživatelů a jejich vlastnosti jako jsou konverze, prodeje a další. Statistiky ukazují, že téměř 50 % webových stránek užívá ke sledování návštěvnosti právě Google Analytics, což z něj dělá nejpoužívanější nástroj v této oblasti služeb. [3]

1.4 Facebook

Facebook je rozsáhlý společenský webový systém sloužící hlavně k tvorbě sociálních sítí, komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavě. Se svými 2 miliardami aktivních uživatelů je jednou z největších společenských sítí na světě. Je plně přeložen do osmdesáti čtyř jazyků. Facebook je možné, stejně jako jiné sociální sítě, využít marketingově, a to zejména pro virální marketing. [4]

1.5 Sklik

Sklik je nástroj Seznamu nejen pro nastavení kampaně, sestav, reklam, obsahové sítě, produktových inzerátů, ale nabízí také vstup na propojení se Zboží.cz, ppCHIT a na návrh klíčových slov. Primárně však slouží PPC specialistům pro nastavení reklam ve vyhledávací a obsahové síti tak, aby jste se na relevantní dotazy zobrazili se svou nabídkou a dovedli zákazníka k požadované konverzi, v tomto případě k prodeji. [5]

1.6 www.seotestonline.cz

SEO test je určený pro majitele webů, kteří chtějí zdarma analyzovat základní chyby na webu. SEO test prověří základní strojově zjistitelné on-page ukazatele a na základě výsledku vám doporučí možné změny na webových stránkách. SEO test se připojí na vaše webové stránky a načte si strojově data podobně, jako tomu je u webových botů vyhledávačů. Obsah stránky analyzuje a porovná s obecně známými doporučeními. Součástí tohoto testu je i kontrola kvality zdrojového kódu. [6]

1.7 Balsamiq

Wireframe, nebo-li drátový model, je vlastně schématickým rozkreslením typových stránek prezentace. Na rozdíl od bezrozměrného črtání na papír u wireframe lze již s velice dobrou přesností a v poměru rozkreslit kompletní stránku. To vše bez hlubší vazby na grafiku, barevnost či použité technologie. Program Balsamiq Mockups je na tuto činnost doslova dokonalý. Nedávno vyšla přelomová verze 2.0, která s sebou přinesla spoustu vylepšení. V tomto programu je navrhování opravdu rychlé, navíc je velice snadné jednoduše klonovat identické části stránek napříč celou prezentací. [7]

1.8 Palleton

Dostatečný barevný kontrast umožňuje uživatelům čtení textů a seznámení se s obsahem webu. Netýká se jen uživatelů s poruchou barvocitu, ale dostatečně kontrastní a dobře čitelný text ocení každý návštěvník webu. Proto je velmi důležité vzít při grafickém návrhu kontrast v potaz a zvolit pro jednotlivé části webu takové barvy, které budou vzájemně dostatečně kontrastní. [8]

Palleton je designový nástroj pro vytváření barevných kombinací, které se k sobě odstínově hodí a správně spolu fungují.

2 Představení firmy

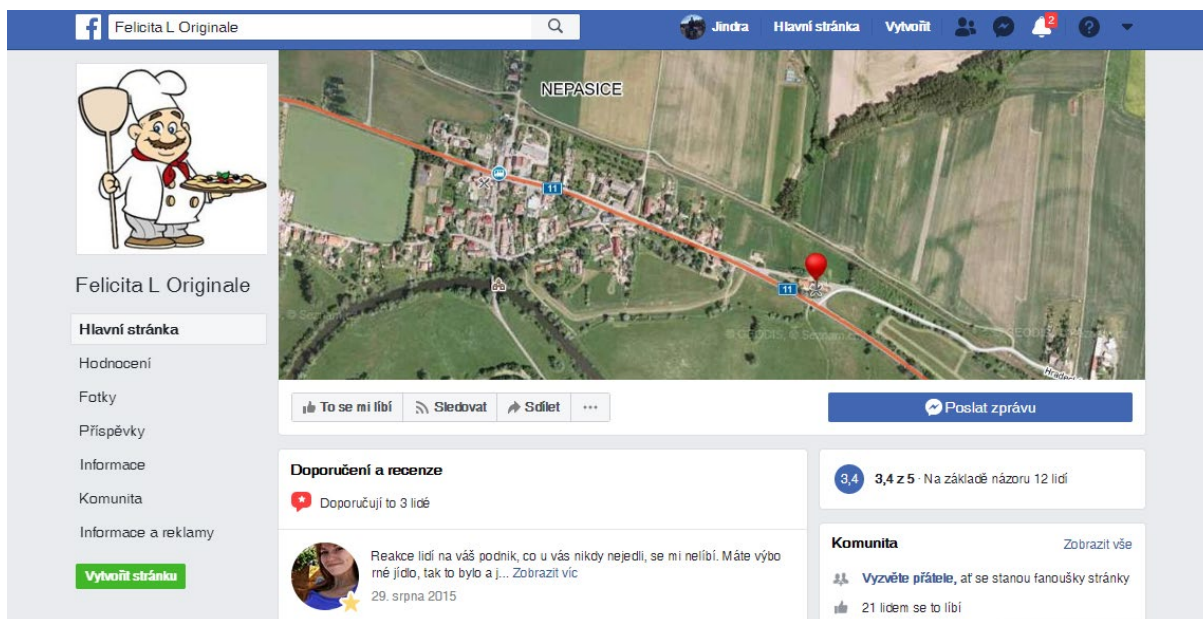
Firma Felicita L'Originale vznikla v roce 1997. Zabývá se restaurační činností. Je to rodinná firma, která se prezentuje nejen jako restaurace ale také jako kavárna. Pyšní se převážně italskou a mezinárodní kuchyní.

3 Zhodnocení dosavadního marketingu

3.1 Online marketing

3.1.1 Sociální sítě

Firma se dala dohledat pouze na sociální síti Facebook. Po zhlédnutí stránky jsem zjistil, že má pouze 21 palců, tzv. lajků, což je velmi nízké číslo. Poslední příspěvek na tuto stránku bylo ze dne 25. ledna 2016. Nikde na stránce jsem nedohledal žádnou grafiku vztahující se k samotnému brandu stránky, pouze vyfocený jídelní lístek a screen z map. V porovnání s konkurenčními restauracemi silně nedostačující.



Obrázek 1 Stará Facebooková stránka

3.1.1.1 Kvalita a kvantita příspěvků

Jediný, již zmíněný příspěvek je vše, co tento profil publikoval. Na kvantitu se zde nedá ani pomyslet, a co se týče kvality, vyříznutý screen a hodně chudý popisek tuto část také nesplňuje.

3.1.1.2 Reakce uživatelů na stránce

Reakcí na stránce od uživatelů příliš není, patnáct lidí stránku zhodnotilo a většina z nich dala 3 a více hvězd. Komentáře u příspěvků nejsou žádné.

3.1.2 Seo (Optimalizace pro vyhledávače)

Po zadání slova „Felicita“ do vyhledávacího nástroje Google, nevyjde jako první naše firma nicméně jiný, z Brandýsu nad Labem, která má obdobný název a to pouze jen Felicita. Zadal jsem proto celý název restaurace a to „Felicita L'Originale“. Při tomto pokusu jsem byl již úspěšnější, a jako první se objevila naše restaurace. Dále jsem pro hodnocení Seo použil webovou stránku seotest online, která mi vypsala konkrétní kladné i záporní části webu. Zjistil jsem, že titulek stránky a popis je v pořádku, ale u toho klady končí. Stránka není responzivní, neobsahuje hlavní nadpis a nemá dostatek klíčových slov.



Obrázek 2 Seotest online

3.1.3 PPC reklama

Firma doposud nevyužívá žádný způsob PPC reklamy.

3.2 Offline marketing

Restaurace nevyužívá k propagaci žádné reklamní letáky, billboardy ani vizitky.

4 Analýza návštěvnosti webu

Pro úspěch na internetu je potřeba vědět, co chceme, jaké jsou cíle. Pokud se týká návštěvnosti, pak jedním z hlavních cílů jsou konverze. Kromě konverzí lze sledovat řadu dalších ukazatelů. Právě zde může nastat problém. Ukazatelů a možností nastavení je takové množství, že bez důkladné znalosti konkrétního nástroje se jen těžko obejdeme. Musíme vědět, co chce, a podle toho mu připravit výstupy. [9]

Jelikož se budeme zabývat hlavně sociálními sítěmi, nejdůležitější informace, které potřebuji získat, jsou návštěvy na web ze sociálních sítí.

4.1 Použité technologie pro účel analýzy návštěvnosti webu

4.1.1 Google analytics

Google Analytics je nástroj od společnosti Google, který umožňuje vlastníkům webových stránek získávat statistická data o uživateli svého webu. Díky této službě je možné sledovat aktuální i historickou návštěvnost, chování uživatelů a jejich vlastnosti; konverze, prodeje a další. Statistiky ukazují, že téměř 50 % webových stránek užívá ke sledování návštěvnosti právě Google Analytics, což z něj dělá nejpoužívanější nástroj v této oblasti služeb.

4.1.2 Délka měření

Kód od Google Analytics byl na web vložen 17. 10. 2018. Byly použity data z následujícího měsíce až do konce roku.

4.1.3 Důvod výběru Google analytics

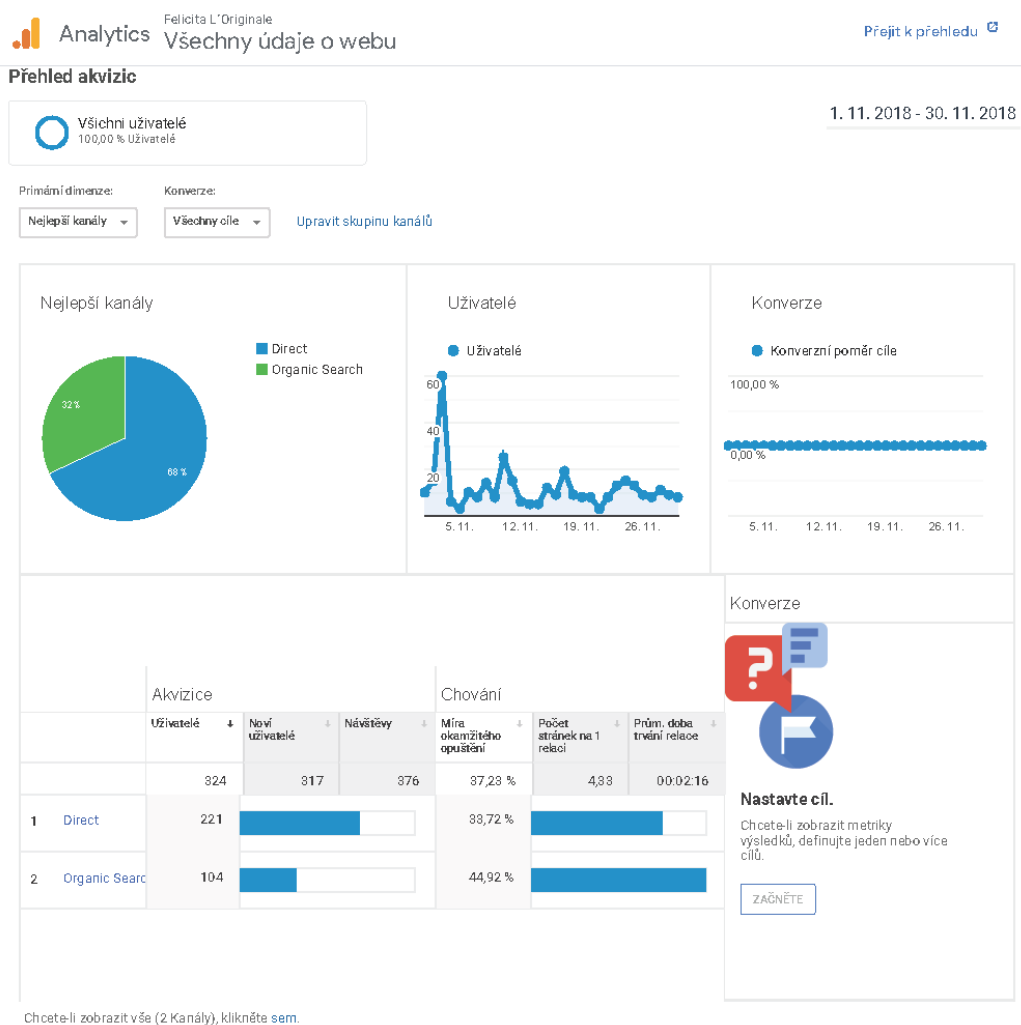
Google Analytics jsem zvolil hlavně z důvodů přehlednosti, a jednoduchosti. Učili jsme se v něm pracovat ve třetím ročníku, tím pádem práce s ním šla hladce. Dále jsem Ga zvolil z důvodů tvoření grafů a možnosti exportu v PDF, v níž jsou grafy vytvořené z nasbíraných dat. K implementaci stačí pouze vložit do kódu stránky část kódu vygenerovaný samotným Ga.

4.2 Implementace kódu na stránky

Po domluvě s majitelem jsem zjistil, že jejich web je spravován externím programátorem. Po kontaktování a následné domluvě, byl několik dní na to kód na svém místě. Bohužel mezi kontaktováním majitele a zasláním kontaktu na externího programátora uběhl skoro týden.

4.2.1 Zjištění

I přes to, že jsou stránky graficky starší, jejich návštěvnost z vyhledávačů nebyla nulová. Za měřené období se celková návštěvnost stránky dostala na 324 uživatelů. Pro nás hlavní část, tedy social, nevykazuje známky návštěvnosti žádné, a proto se vůbec v grafu nezobrazuje (kolonka social, v grafu oranžově).



5 Zhodnocení webových stránek

Webová stránka je dokument, který je možné pomocí webového prohlížeče zobrazit na displeji počítače či jiného zařízení. Webové stránky jsou obvykle poskytovány v rámci World Wide Webu. Informace jsou prezentovány ve formě hypertextu, který je vytvořen použitím značek HTML nebo XHTML. Stránky se skládají z textu, multimediálních dat (obrázky, videa, zvuky,...) a odkazů, které umožňují přechod na další webové stránky.

Webové stránky mohou být uloženy v podobě souborů na pevném disku nebo je poskytují webové servery prostřednictvím počítačové sítě nebo Internetu, kde jsou přenášeny pomocí protokolu HTTP.

Stránky mohou být statické (obsahují stále stejný obsah, jsou uloženy v souborech) nebo dynamické (mění svůj obsah v čase, vytváří je program na straně webového serveru). Stránka se může měnit i přímo v prohlížeči použitím skriptovacích jazyků, Javy, ActiveX a dalších technologií.

5.1 Rozdělení

Hodnocení webových stránek jsem rozdělil do dvou kategorií. Grafická a informativní stránka. Grafická stránka bude obsahovat zhodnocení grafiky na webu a celkového designu. Informativní část bude obsahovat hodnocení jednoduchosti dohledání informací, přehlednost webu a zejména informační hodnotu.

5.1.1 Grafické hodnocení

Felicita L'Originale (<http://www.felicita-loriginale.cz/index-cs.php>)

Při otevření webových stránek si můžeme všimnout oříznutých krajů, které si již dlouhou dobu nepoužívají a nevypadají dobře. Web neobsahuje úvodní stranu jako takovou, ale zobrazuje nám jakýsi rozcestník mezi kavárnou a restaurací. Po prokliknutí na restauraci pokračuje zastaralé oříznuté okraje, a pár nekvalitních obrázků prostor.



Obrázek 4 Hlavní stránka Felicita

Vnuk (<http://www.restaurace.vnuk.cz/>)

Při otevření této webové stránky průměrné české restaurace, se zobrazil nadprůměrný web. Krásný, jednoduchý a moderní design. Při vstupu vás osloví kvalitní fotka s dobrou kompozicí přes celý displej. Nejhezčí z naší trojice.

Na roli (<https://www.restaurace-na-rolí.cz/>)

Tento web bych označil jako střed našich tří webů. Na první pohled nepůsobí nijak moderně, což může být záměr, jednoduchost je také důležitý prvek. Na druhou stranu web je přehledný. Jednoduché menu na začátku nás odkáže tam, kam potřebujeme. Fotky prostor jsou kvalitní a to je velmi důležité.

5.1.2 Informativní hodnocení

Felicita L'Originale (<http://www.felicita-loriginale.cz/index-cs.php>)

Po rozkliknutí samotné restaurace je hned jasná otevírací doba. Dále je možnost dalšího prokliku na jídelní lístek který je jednoduchý a jasný. Z informačního hlediska, pokud nebereme v potaz kontaktní informace, je na webu obsaženo vše důležité.

Vnuk (<http://www.restaurace.vnuk.cz/>)

One-page stránka obsahuje všechny důležité informace od jídelního lístku, polohy až po kontakty. Vše jasné a přehledné.

Na roli (<https://www.restaurace-na-rolí.cz/>)

Při příchodu ihned vidíme, kde se restaurace nachází i její charakteristiku s přesným počtem míst. Tlačítko odkazující na jídelní lístek je ihned na hlavní liště. Nechybí žádné důležité informace.

6 Určení cílové skupiny

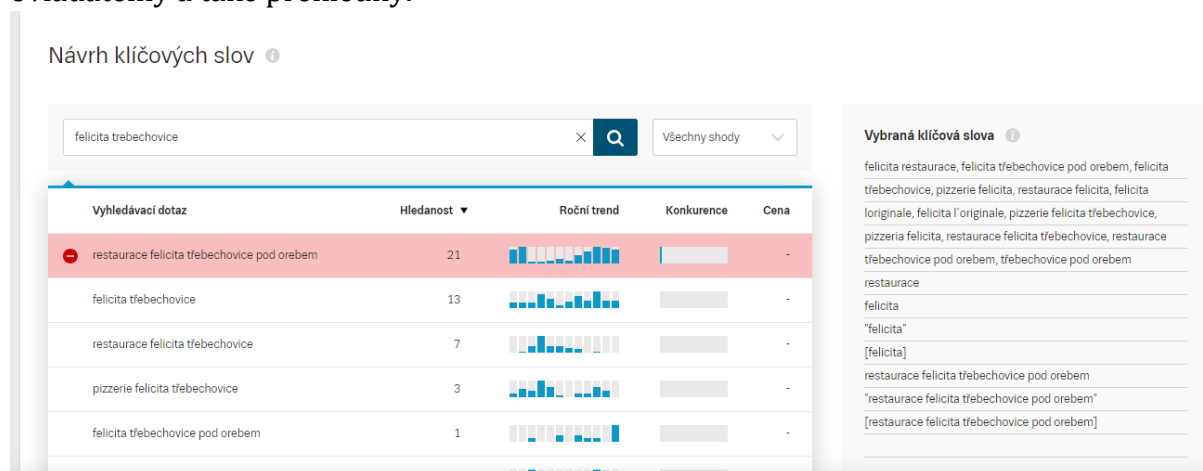
V dnešní době je pro většinu firem zcela neefektivní zaměřovat se na celý trh, protože potřeby spotřebitelů jsou velmi odlišné a rozsáhlé. Právě kvůli tomu se firmy mohou soustředit na vybranou skupinu spotřebitelů a v tomto případě firma využívá tzv. cíleného marketingu. Pro výběr naší cílové skupiny jsem zvolil geografickou a demografickou skupinu. Jinak řečeno hlavní faktory pro cílovou skupinu je lokalita a věk. Věk, na který se budeme zaměřovat je 18 – 65 let, což znamená pracující lidé. Dále se zaměřujeme na skupiny bydlící v Nepasicích a okolí 30 kilometrů. [16]

7 Klíčová slova

Jedna z částí Optimalizace pro vyhledávače (SEO) je také určení klíčových slov. Existuje několik nástrojů, které lze k jejich získání použít.

7.1 Použité nástroje

Jako nástroj ke zvolení klíčových slov jsem použil sklik. Svým prostředím je velmi lehce ovladatelný a také přehledný.



Obrázek 5 Sklik - výběr klíčových slov

7.2 Využití

Tyto slova se následně používají pro texty na webové stránce, aby lépe odpovídala normám a zobrazovala se na předních stranách vyhledávání.

7.3 Vybraná klíčová slova

felicità restaurace, felicità trebechovice pod orebem, felicità trebechovice, pizzeria felicità, restaurace felicità, felicità l'originale, felicità l'originale, pizzeria felicità trebechovice, pizzeria felicità, restaurace felicità trebechovice, restaurace trebechovice pod orebem, trebechovice pod orebem restaurace, felicità

8 SWOT Analýza

SWOT analýza je univerzální analytická technika používaná pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru. Nejčastěji je SWOT analýza používána jako situační analýza v rámci strategického řízení a marketingu. Autorem SWOT analýzy je Albert Humphrey, který ji navrhl v šedesátých letech 20. století. SWOT je akronym z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů.

	Pomocné (k dosažení cíle)	Škodlivé (k dosažení cíle)
Vnitřní prostředí	Silné stránky -Kvalitní pokrmy -Dobrá přístupnost automobilem včetně vlastního parkoviště u restaurace -Příjemná obsluha -Rodinná firma -Čerstvé suroviny	Slabé stránky -Vyšší ceny -Horší přístupnost z centra města a nádraží -Nevyužití online marketingu -Pouze stálá klientela -Zastaralá a nepoužívaná facebook stránka -Žádný brand firmy
Vnější prostředí	Příležitosti -Zviditelnění pomocí sociálních sítí -Zavedení brandu -Dostat se do podvědomí -Přilákání nových zákazníků i z okolních měst -Zavedení speciálních nabídek	Hrozby -Okolní konkurence -Nedostatek nových zákazníků -Dostat se do podvědomí jako „špatná restaurace“

Obrázek 6 SWOT analýza

9 Fotogalerie

Pro vytváření nových grafických návrhů, jsem se rozhodl pořídit nové, vlastní a kvalitnější fotografie. Které jsem si dále upravoval.

9.1 Důvod pořízení

Majitel mi sice poskytl pár fotografií z jejich webu, ale kvalita byla neuspokojivá a nedalo se s nimi pracovat. Po domluvě s majitelem jsme se shodli, že je třeba pořídit fotografie nové a dohodli jsme se na datu pořízení.

9.2 Způsob pořízení

Pro pořízení fotografií jsem si vypůjčil školní fotoaparát, který svoji práci zvládl skvěle. Sám pan majitel se mnou fotky konzultoval, a shodli jsme se na skvělém výsledku.

10 Grafické návrhy

V současné době je na grafický design kladen stále vyšší nárok. Fotografie, které jsem měl připravené k práci, splňovaly danou kvalitu.

10.1 Brand – barvy a logo

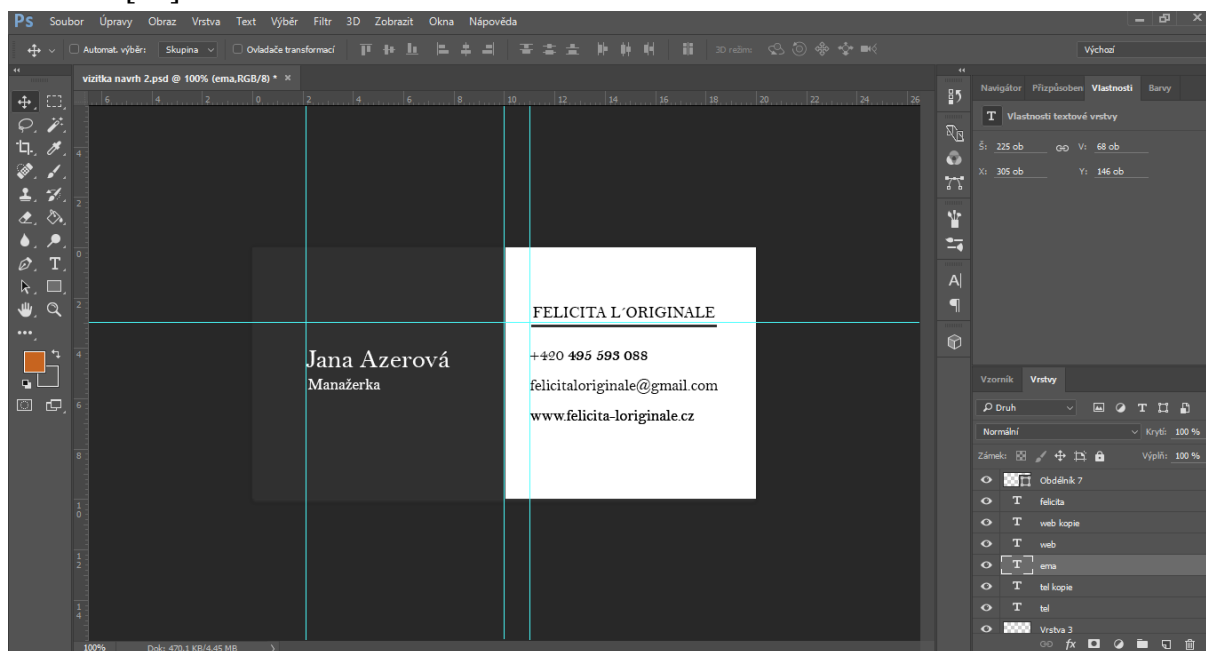
Před vytvořením jakékoliv grafiky jsem si potřeboval určit hlavní a doplňkové barvy. Po konzultaci s klientem a využití webové stránky Palleton jsme se shodli na barvě loga, pro kterou byly zvoleny barvy bílá a hnědá. Jako doplňkové barvy byly zvoleny oranžová a šedá.



Obrázek 7 Návrhy log

10.2 Vizitky

Vizitka je jednoduchý informační prostředek, často pěkné grafické dílko na malém kousku papíru, zpravidla používané k obchodní propagaci. Jsou dva základní druhy vizitek – osobní, tedy soukromé, a firemní, které propagují firmu či jejího zástupce. Pro naše účely jsme využili druhý typ a to firemní, pro propagaci zástupce restaurace. Bylo vytvořeno několik návrhů, u kterých byla hlavním požadavkem jednoduchost a informativnost na úkor fotek či ikon. Po konzultaci byl vybrán návrh, který splňoval obě kritéria. [10]



Obrázek 8 Návrh vizitky

10.3 Drátěný model webu

Wireframe (česky drátěný model) je vizuální pomůcka, která reprezentuje návrh webových stránek a rozmístění jednotlivých prvků jejich obsahu. Wireframe nezahrnuje grafiku, barvy ani typografický styl. Pomocí čar a vzorových textů pouze jednoduše definuje, co bude kde umístěno a jak budou stránky fungovat. Existují softwarové aplikace na tvorbu wireframů, stejně tak je ale možné nakreslit jednoduchý wireframe i obyčejnou tužkou na ubrousek v restauraci. Po konzultaci s klientem jsem mezi svoje priority zařadil informativnost a jednoduchost webu podobně, jak tomu bylo u vizitek. Hlavní faktory, které jsme chtěli, aby byly často vidět, byla otevírací doba, jídelní lístek a umístění restaurace. Na hlavní stranu jsem použil upravenou fotografii ve vysokém rozlišení, čímž návštěvník ihned zjistí, jak vypadá interiér restaurace. Přes fotografii je vložený nápis, na kterém stojí, kdy má samotná restaurace otevřeno či zavřeno. Při vytváření textů, které budou následně použité i u grafického návrh, jsem se řídil hlavně věcmi, které může restaurace nabídnout a co jsou její silné stránky. Mezi to patří

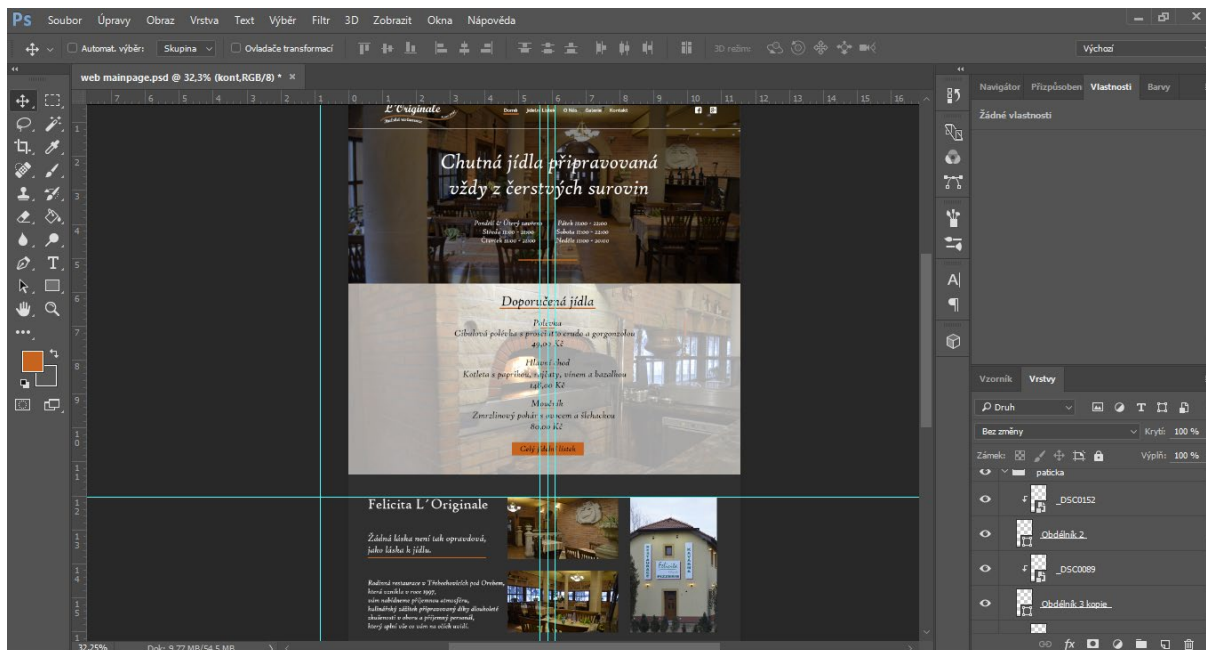
například fakt, že restaurace je rodinná firma a že připravuje i jinou, než českou kuchyni. Pro vytvoření drátěného modelu jsem použil nástroj Balsamiq. [11]



Obrázek 9 Návrh drátěného modelu

10.4 Grafický návrh webu

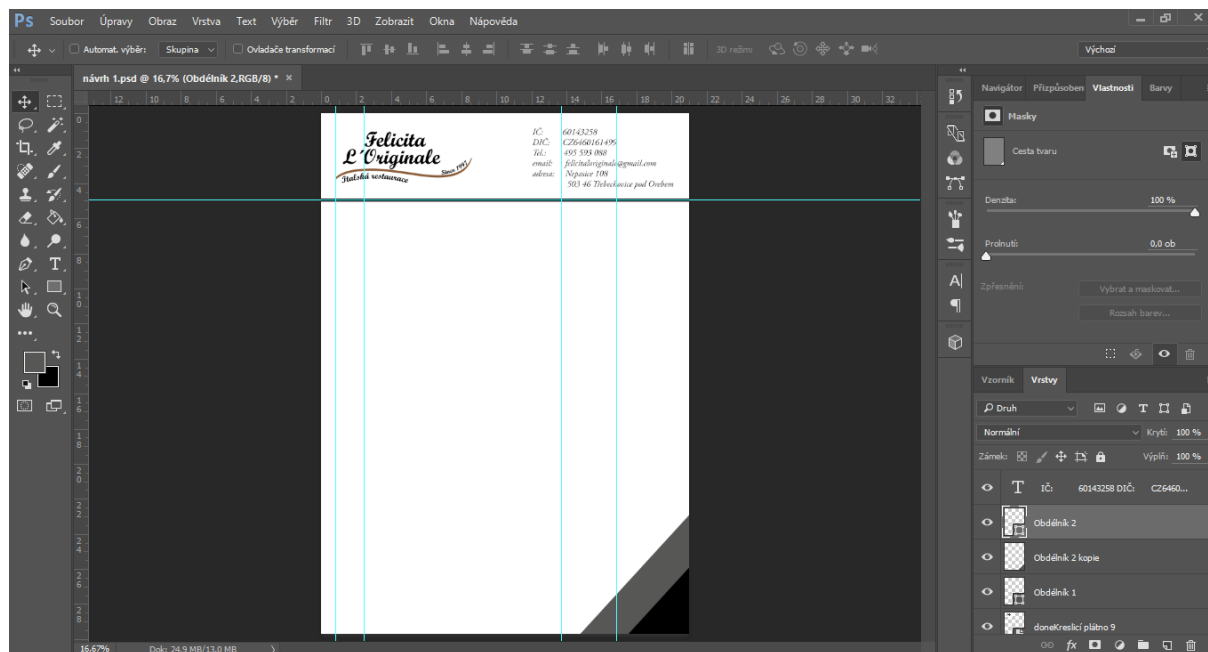
Moderní design na míru je velmi důležitý s ohledem na budoucí úspěch našeho webu, jeho uživatelskou oblíbenost a použitelnost. Hlavní požadavky na návrh je přilákání relevantních návštěvníků. Grafický návrh se odvíjí od předchozího, již vytvořeného drátěného modelu. Realizace předchozího „náčrtu“ byla o něco složitější, jelikož je třeba dbát na detaily a samotnou funkčnost. Pro tento účel jsem použil program Adobe Photoshop, ve kterém se skvěle pracuje právě s kvalitními fotografiemi. [12]



Obrázek 10 Grafický návrh webu

10.5 Hlavičkový papír

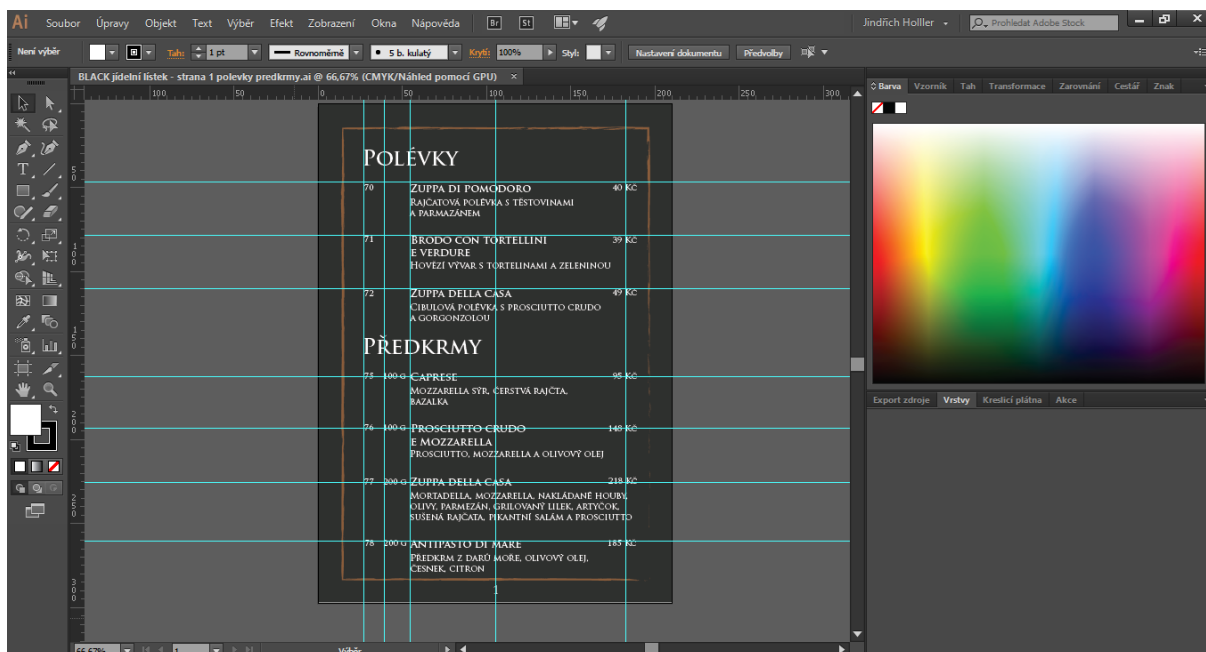
Využití firemní identity pro propagaci firmy. Jako dominantní prvek by se mělo na hlavičkovém papíru použít logo. Dále pak na hlavičkový papír patří základní informace o společnosti o zápisu do obchodního rejstříku, ičo, e-mail, telefon a adresa. Dále je možno doplnit o jakékoliv další informace, ale to pak bývá individuální. Nezbytně sem ale patří grafický prvek, křivka, fotka, nebo cokoliv, co zapadá do celkové firemní identity. [13]



Obrázek 11 Návrh hlavičkového papíru

10.6 Jídelní lístek

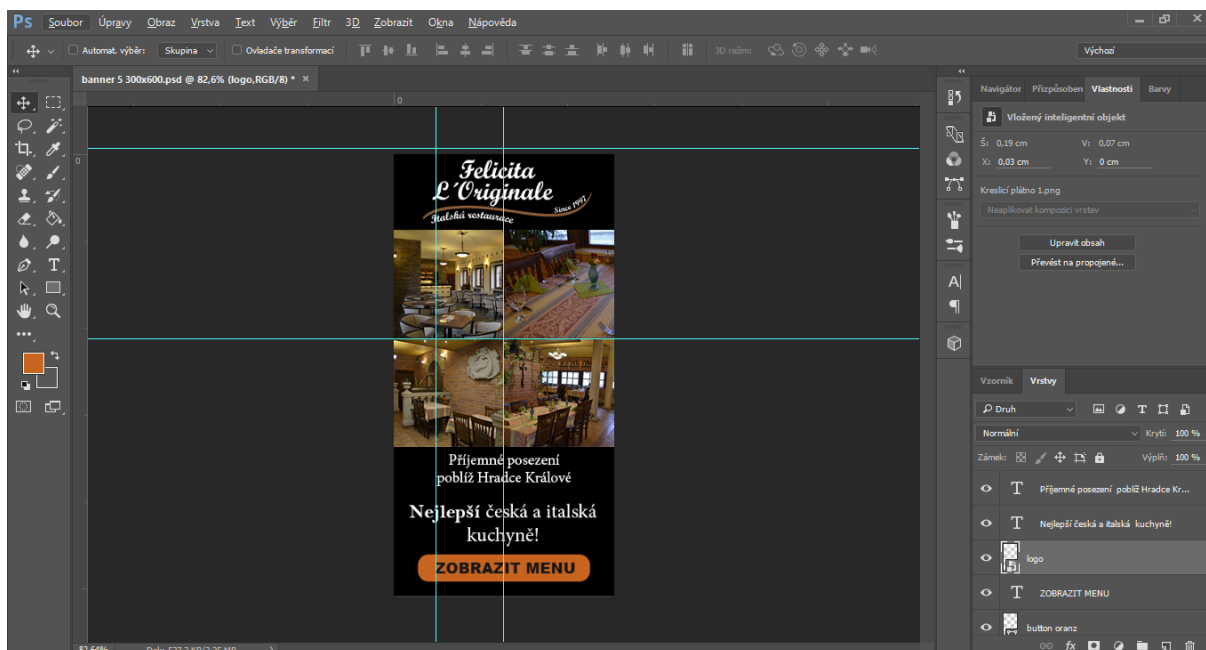
Jídelní lístek je přehled produktů, které nabízí daná restaurace. Informuje hosty o nabídce a cenách. Obvykle obsahuje jídelní lístek seznam jídel, nápojů, nebo celých menu. Položky jídelního lístku mohou být rozděleny do skupin (např. bezmasé pokrmy, drůbež, nealkoholické nápoje apod.) Jídelní lístek je seznam nabízených pokrmů a příloh. Svoji formou i obsahem reprezentuje především kuchaře, ale i ostatní zaměstnance včetně podnikatele. Základním požadavkem na jídelní lístek je pestrý výběr pokrmů a příloh, dobrá přehlednost, čitelnost a vkusná úprava. Jídelní lístek usnadňuje nabídku, objednávání, expedici, zúčtování a slouží i jako kontrolní podklad. [14]



Obrázek 12 Návrh jídelního lístku

10.7 Bannery

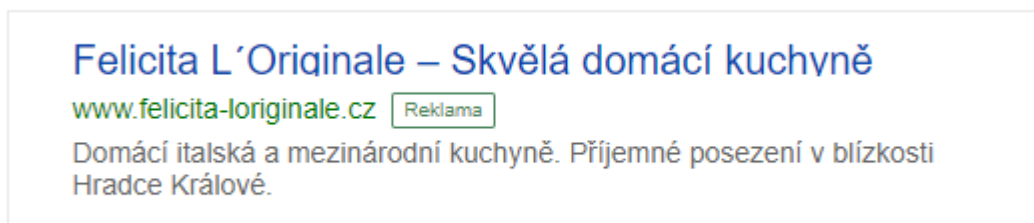
Banner je grafická forma internetové reklamy. Bannerem může být statický obrázek, mnohdy jsou však bannery animované. Méně často se vyskytují tzv. HTML bannery, které však mívají problémy s kompatibilitou s různými reklamními systémy. Bannery mají význam především pro budování značky. Bannery se tedy hodí také v případech, které nelze pokrýt klasickou optimalizací pro vyhledávače nebo PPC reklamou. K takovým případům může patřit i vysoká konkurence v oboru, i zde mohou být bannery velmi užitečné. [15]



Obrázek 13 Grafický návrh bannerů

11 PPC Reklama

Pro naše účely je navržena PPC reklama. Byla zvolena Vyhledávací kampaň, kterou uživatel uvidí po vyhledávání konkrétních klíčových slov. Klíčová slova, která byla použita, jsou zmíněna výše (strana 16). Dále jsou připraveny grafické návrhy bannerů pro Obsahovou kampaň.



Obrázek 14 Návrh PPC reklamy

12 Využití sociálních sítí

V moderní době sociální sítě již neslouží pouze k zábavě ale také k propagaci firem či produktů. Propagace na sociálních sítích se řadí se do velké skupiny zvané internetový marketing.

12.1 Jaké sociální sítě

Pro potřebu firmy jsem zvolil sociální síť Facebook. Budeme využívat textové ale i obrázkové příspěvky, vytváření událostí a komunikaci se zákazníky.

12.1.1 Důvod

Tuto sociální síť již využívá více než dvě miliardy uživatelů. Umožňuje placenou propagaci konkrétních příspěvků či odkazů, a dokáže cílit na konkrétní skupiny lidí.

12.2 Vytvoření reklamních příspěvků

Sdílené příspěvky na Facebooku lze rozlišit na dvě skupiny. A to na organický a placený obsah. Na stránce byly propagovány oba druhy obsahu.

12.2.1 Konkrétní spravované příspěvky

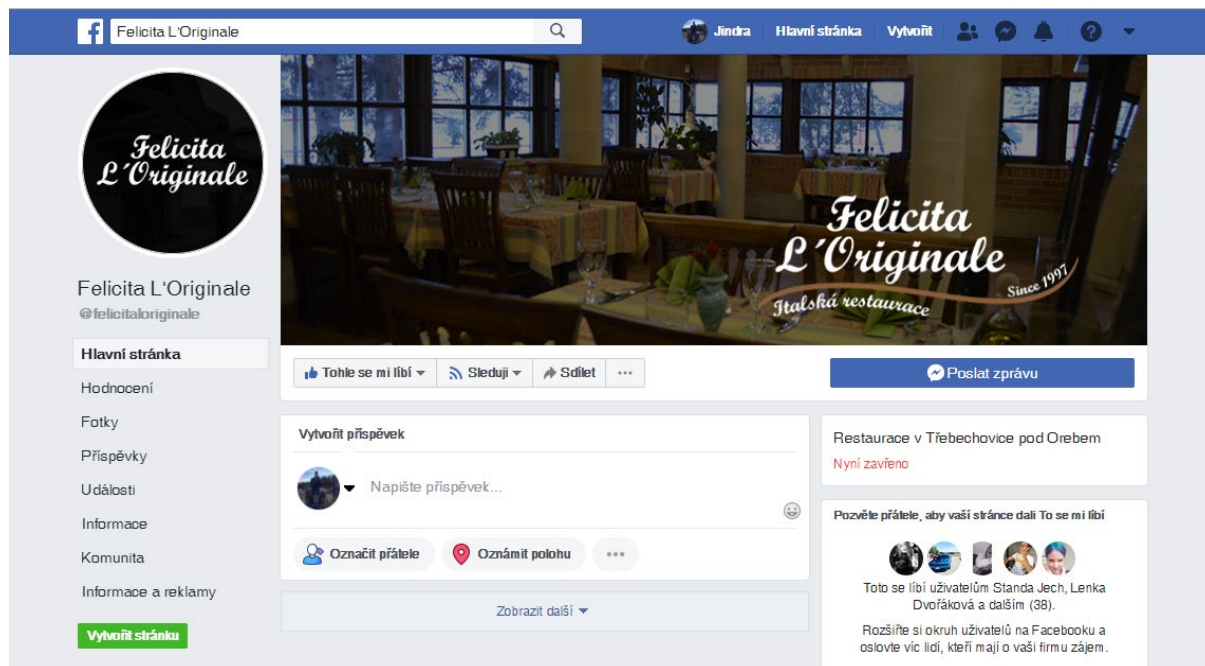
- 1) https://www.facebook.com/felicitatoriginale/posts/323500648305858?_tn=-R
- 2) https://www.facebook.com/felicitatoriginale/posts/323503911638865?_tn=-R
- 3) <https://www.facebook.com/felicitatoriginale/photos/a.329104434412146/329102434412346/?type=3&theater>
- 4) https://www.facebook.com/felicitatoriginale/posts/329114687744454?_tn=-R
- 5) <https://www.facebook.com/felicitatoriginale/photos/a.329104434412146/329365274386062/?type=3&theater>
- 6) https://www.facebook.com/felicitatoriginale/posts/330565307599392?_tn=-R

12.3 Založení stránky

Stránku Felicita L'Originale, kterou zakládal majitel restaurace, byla neaktivní. Majitel si již nepamatoval přihlašovací údaje, proto jsem se rozhodl založit stránku novou. Původní stránku již byla nahlášena Facebooku a čeká se na smazání.

12.4 Spuštění stránky

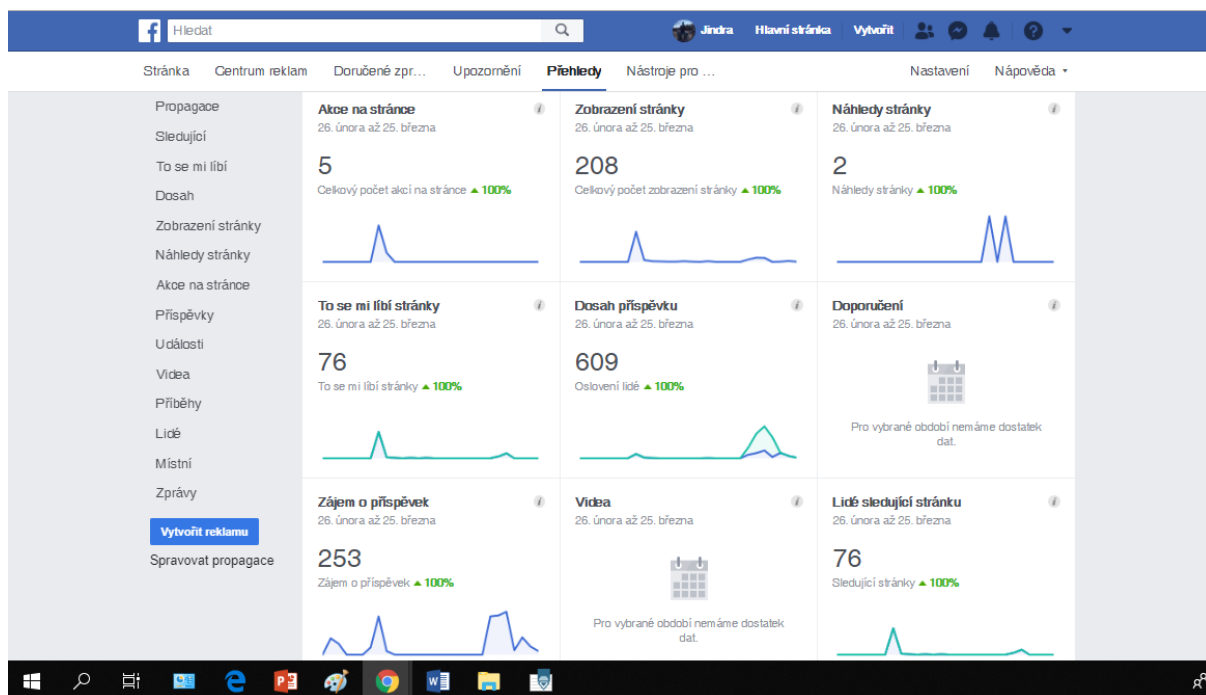
Stránka byla založena na začátku února, nicméně publikována byla až 4. března 2019. Bylo třeba vyplnit informace o stránce, vybrat a upravit fotografie, které se později na stránce sdílet, a zvolit profilovou a úvodní fotku.



Obrázek 15 Náhled Facebookové stránky

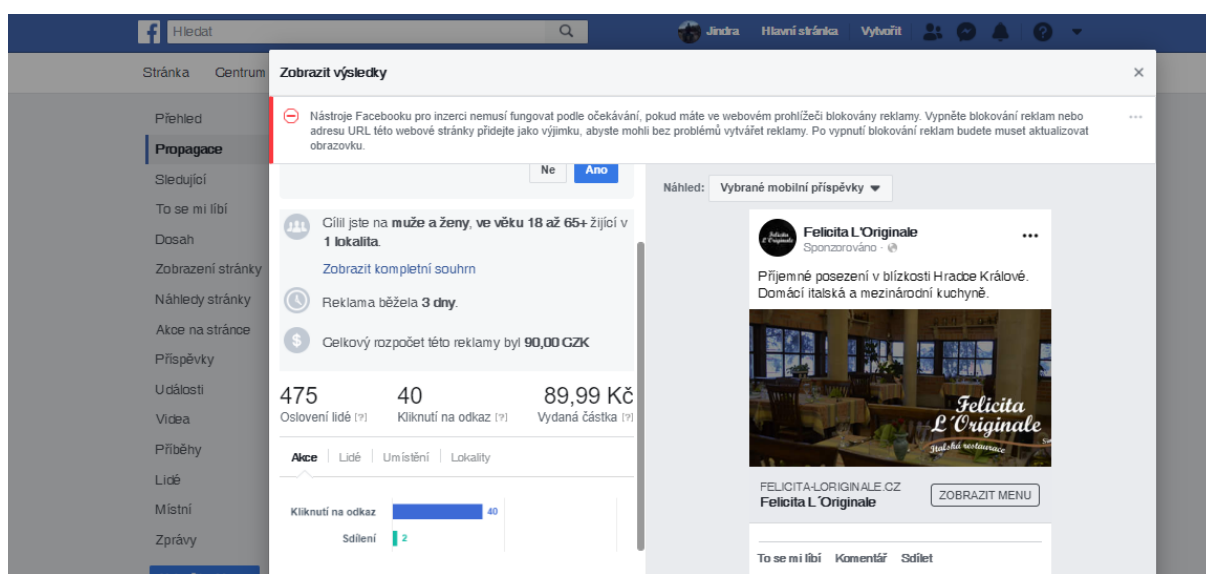
13 Chod stránky

Stránka od zmíněného data nasbírala osmdesát palců nahoru, což je oproti staré stránce čtyřnásobek. Podle grafů na Facebooku byly dosahy příspěvků stránky od jejího spuštění, tedy za necelý měsíc okolo 610 uživatelů. Počet lidí, kteří reagovali na váš příspěvek prostřednictvím To se mi líbí, komentářů, sdílení atd. bylo 253 uživatelů.



Obrázek 16 Přehledy z Facebooku

Konkrétní placený příspěvek přivedl 40 prokliků na odkaz, a zobrazil se 475 lidem. Na přiloženém screenu je vidět také cílová skupina a částka vydaná za propagaci.



Obrázek 17 Výsledky placeného příspěvku

Ostatní příspěvky, které nebyli propagováni placenou reklamou měli také uspokojivý dosah viz. screen níže.

The screenshot shows the Facebook 'Přehledy' (Insights) page for a user named Jindra. The left sidebar contains navigation options: Propagace, Sledující, To se mi líbí, Dosah, Zobrazení stránky, Náhledy stránky, Akce na stránce, **Příspěvky** (selected), Události, Video, Příběhy, Lidé, Místní, Zprávy, and buttons for 'Vytvořit reklamu' and 'Spravovat propagaci'. The main content area is titled 'Všechny publikované příspěvky' and shows a table of posts with their reach and engagement metrics.

Zveřejněno	Příspěvek	Typ	Zacilení	Dosah	Projevený zájem	Propagovat
23.3.2019 13:03	Krásná slunečná sobota, 18 stupňů, den jako dělaný na			80	187	Propagovat příspěvek
21.3.2019 11:00	Přijďte ochutnat skvělého humra podávaného s			65	105	Propagovat příspěvek
20.3.2019 11:00	Prohlédněte si naši nabídku masa			70	46	Propagovat příspěvek
19.3.2019 20:32	Co dokáže zlepšit středu více, než chutné jídlo			67	199	Propagovat příspěvek
4.3.2019 19:14	Kavárna			61	90	Propagovat příspěvek
4.3.2019 19:02	Restaurace			54	60	Propagovat příspěvek

At the bottom of the page, there are links for 'Spravovat propagaci reklamou', 'Vytvořit stránku', 'Vývojáři', 'Kariéra', 'Soukromí', 'Cookies', 'Volby reklamy', 'Smluvní podmínky', and 'Zabezpečení účtu'. The footer shows 'Facebook © 2019'.

Obrázek 18 Dosah vedlejších příspěvků na Facebooku

Podle přiloženého screenu se naše stránka za necelý měsíc dostala na dosah od dalších okolních restaurací, které svoji stránku propagují o značně delší dobu.

The screenshot shows the Facebook 'Přehledy' (Insights) page for a user named Jindra, specifically the 'Stránka' (Page) tab. The left sidebar is the same as in the previous screenshot. The main content area shows a table comparing the user's page with other restaurants.

Stránka	Celkový počet To s	Z minulého týdne	Příspěvky za tento	Interakce za tento týden
1 Felicitá L'Originale	80	▲25%	4	169

Below this table, there is a section titled 'Navrhované stránky pro srovnání' (Recommended pages for comparison) with a list of restaurants and their metrics:

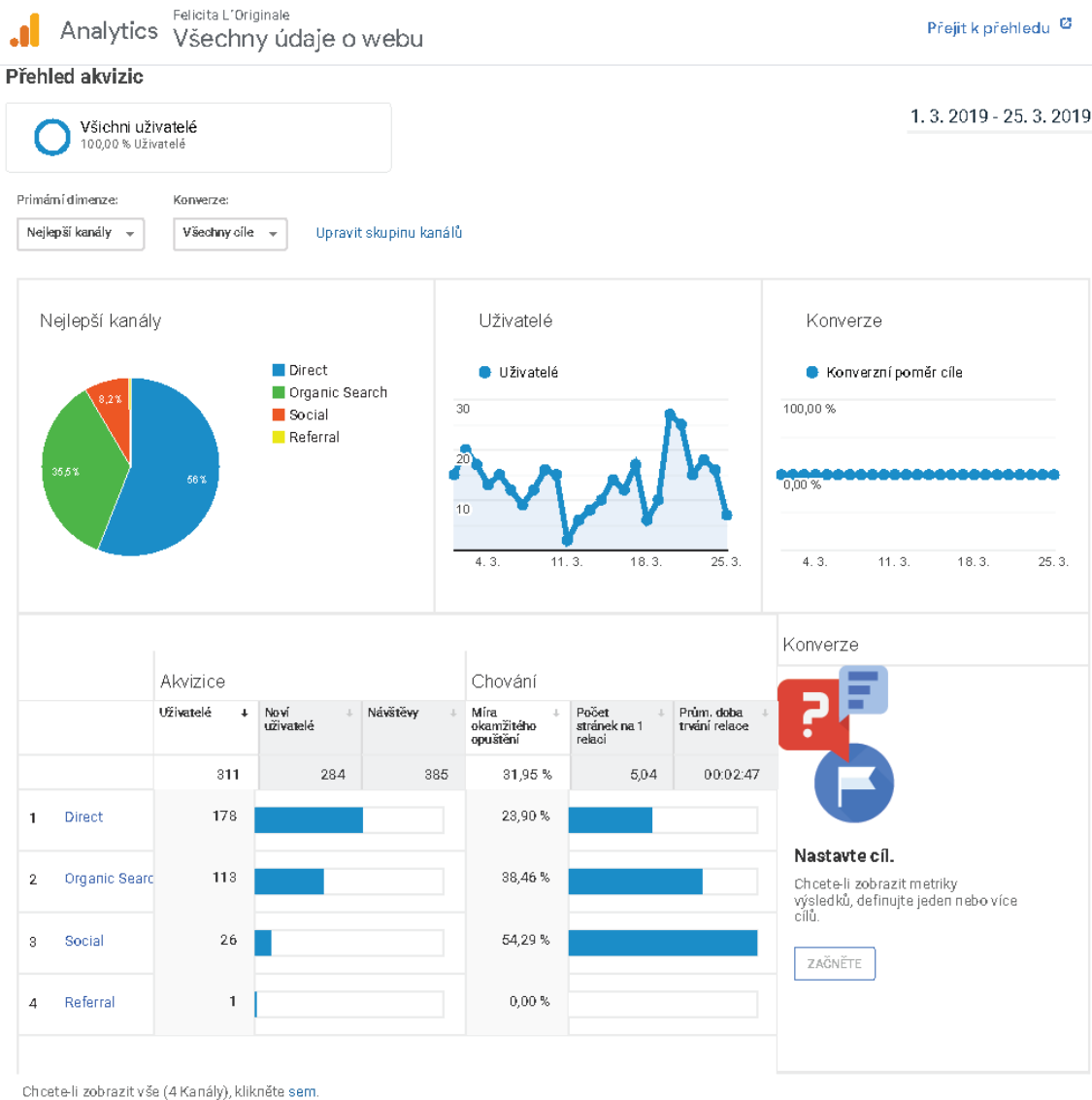
Stránka	Celkový počet To s	Z minulého týdne	Příspěvky za tento	Interakce za tento týden
Thapsus pizza&kebab Tř...	810			
Le Café kavárna - cukrárna	119			
Restaurace Na Roli	218			
Restaurace Černý kůň	276			
Pizzeria Elli	400			

Each restaurant entry includes a small profile picture and a brief description. The 'Přidat ke srovnání' button is present for each entry.

Obrázek 19 Konkureční weby na Facebooku

13.1 Výsledné grafy z Google Analytics

Z grafu lze vyčíst, že návštěva ze sociálních sítí byla za březen 26 uživatelů. Což je v porovnání s původním grafem z měsíce listopadu nárůst o 100%.



© 2019 Google

Obrázek 20 GA graf po spuštění Facebookové stránky

14 Závěr

Cílem práce bylo navrhnout marketingovou kampaň restauraci Felicita L'Originale, zhotovení grafických prvků a videa o firmě. Po domluvě s majitelem, který si video nepřál, se od něho upustilo. Po analýze návštěvnosti webu a najetí slabé stránky firmy, kterou byly také sociální sítě, se mi podařilo firmu na této platformě zviditelnit, a vybudovat menší zákaznickou základnu, která bude v budoucnu dále růst, jelikož si firma plánuje Facebookový profil ponechat a být na něm dále aktivní. Bylo také zjištěno, že je třeba delšího období na zjištění důležitých údajů, co se týče výstupů z analytických nástrojů, jelikož návštěvy se můžou lišit podle ročního období nebo svátků. Celkově usuzuji, že marketingová část byla splněna podle původních představ, jelikož byli přivedeni noví uživatelé na webovou stránku a restaurace se dostává úspěšně do podvědomí. Vytvořené grafické návrhy webu se po ukončení mé maturitní práce budou dále konzultovat a pracovat se na jejich realizaci a nakódování. Dále je připravena PPC kampaň, kde se využijí i grafické návrhy bannerů, která se bude moct ihned po investici spustit. Ostatní grafické návrhy jsou taktéž připraveny k použití, jídelní lístek a vizitky k tisku.

Maturitní projekt mi přinesl hodně cenných zkušeností. Umožnil mi využít znalosti, které jsem se ve škole naučil, při práci s reálnými daty. Jsem rád za tuto zkušenost a těším se, až se budu moci tímto směrem dále rozvíjet. Po ukončení maturitního projektu doufám v další pokračování spolupráce s firmou.

15 Literatura

[1] *Photoshop* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

Photoshop [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<http://www.digitalmedia.cz/produkty/adobe/photoshop/>

[2] *Illustrator* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<http://www.digitalmedia.cz/produkty/adobe/illustrator/default.aspx>

Illustrator [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

[3] *Google Analytics* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics

[4] *Facebook* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/facebook-pro-zacatecniky/>

Facebook [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook#Vyu%C5%BEit%C3%AD_v_marketingu

[5] *Sklik* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://tomaszahalka.cz/co-to-je-sklik-seznam/>

[6] *Seotest* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.seotestonline.cz/>

[7] *Balsamiq* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <http://moreplavec.cz/prototypovani-internetovych-aplikaci-s-balsamiq-mockups/>

[8] *Paletton* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<http://www.paletton.com/wiki/index.php?title=Paletton>

[9] *Analýza návštěvnosti webu* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<https://www.systemonline.cz/crm/vyznam-analyzy-navstevnosti-na-webu.htm>

[10] *Vizitky* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Vizitka>

[11] *Wireframe* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.comerto.com/komplexni-poradenstvi/slovník-pojmu/wireframe-drateny-model>

[12] *Grafický návrh webu* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<https://www.comerto.com/tvorba-webovych-stranek-a-internetovych-obchodu/graficky-navrh-webu-na-miru>

[13] *Hlavičkový papír* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<http://www.ipodnikatel.cz/Marketing/korporatni-identita-firmy-vyuziti-firemni-identity-pro-propagaci-firmy-vizitka-a-hlavickovy-papir-2-dil-serialu/Hlavickovy-papir.html>

[14] *Jdelní listek* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

https://cs.wikipedia.org/wiki/I%C3%ADdeln%C3%AD_l%C3%ADstek

[15] *Bannery* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z:

<http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/banner/>

[16] *Cílová skupina* [online]. [cit. 2019-03-06]. Dostupné z: https://www.focus-age.cz/m-journal/marketing/uvod-do-marketingu/cilove-skupiny-a-jejich-definice__s299x549.html

[17] *Facebook Ikona* [online]. [cit. 2019-03-17]. Dostupné z:

<https://www.flaticon.com/authors/simpleicon>

[18] *Google+ Ikona* [online]. [cit. 2019-03-17]. Dostupné z:

<https://www.flaticon.com/authors/google>

16 Seznam obrázků

Obrázek 1 Stará Facebooková stránka	11
Obrázek 2 Seotest online	11
Obrázek 3 GA graf - Listopad	13
Obrázek 4 Hlavní stránka Felicita	14
Obrázek 5 Sklik - výběr klíčových slov	16
Obrázek 6 SWOT analýza.....	17
Obrázek 7 Návrhy log	18
Obrázek 8 Návrh vizitky.....	19
Obrázek 9 Návrh drátěného modelu.....	20
Obrázek 10 Grafický návrh webu	20
Obrázek 11 Návrh hlavičkového papíru	21
Obrázek 12 Návrh jídelního lístku	22
Obrázek 13 Grafický návrh bannerů.....	22
Obrázek 14 Návrh PPC reklamy.....	23
Obrázek 15 Náhled Facebookové stránky.....	24
Obrázek 16 Přehledy z Facebooku	25
Obrázek 17 Výsledky placeného příspěvku	25
Obrázek 18 Dosah vedlejších příspěvku na Facebooku.....	26
Obrázek 19 Konkureční weby na Facebooku	26
Obrázek 20 GA graf po spuštění Facebookové stránky.....	27

17 Seznam příloh

Příloha 1 - Logo

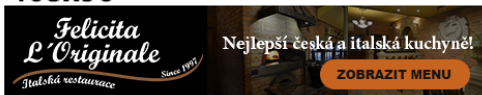


Příloha 2 – Bannery

300x300



468x90



728x90



336x280



300x600



160x600



120x600



Příloha 3 - Vizitka



Jana Azerová
Manažerka

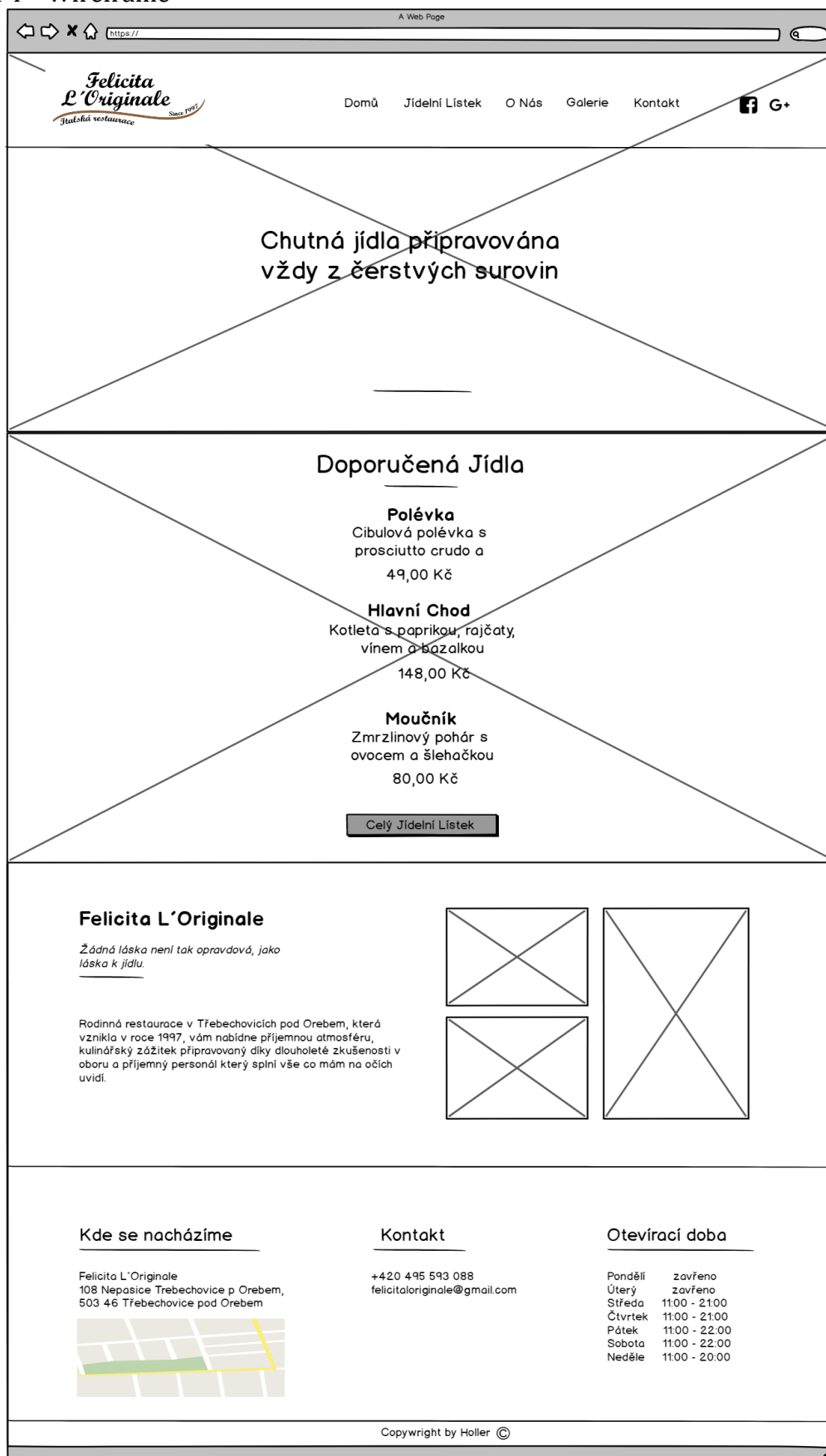
FELICITA L'ORIGINALE

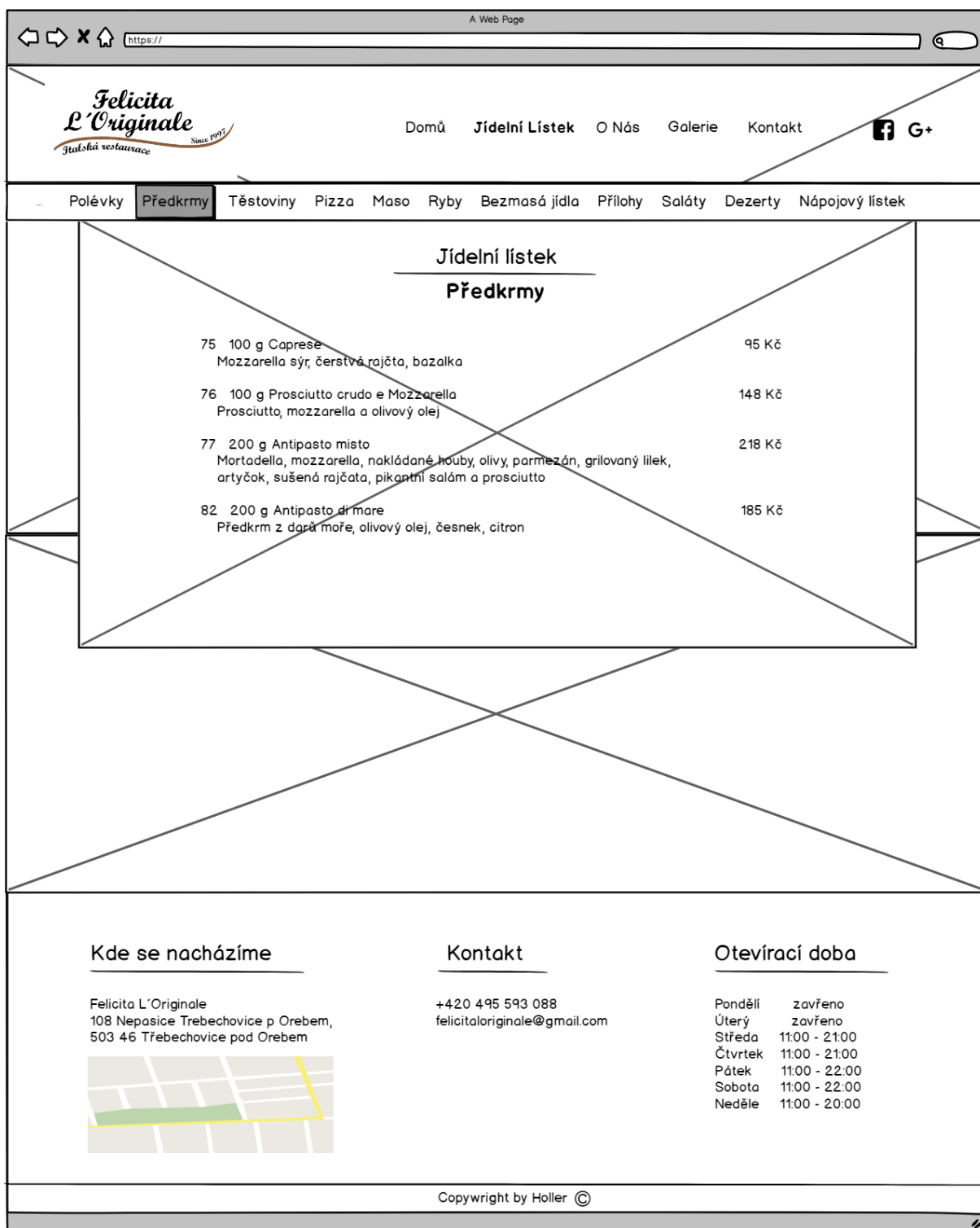
+420 495 593 088

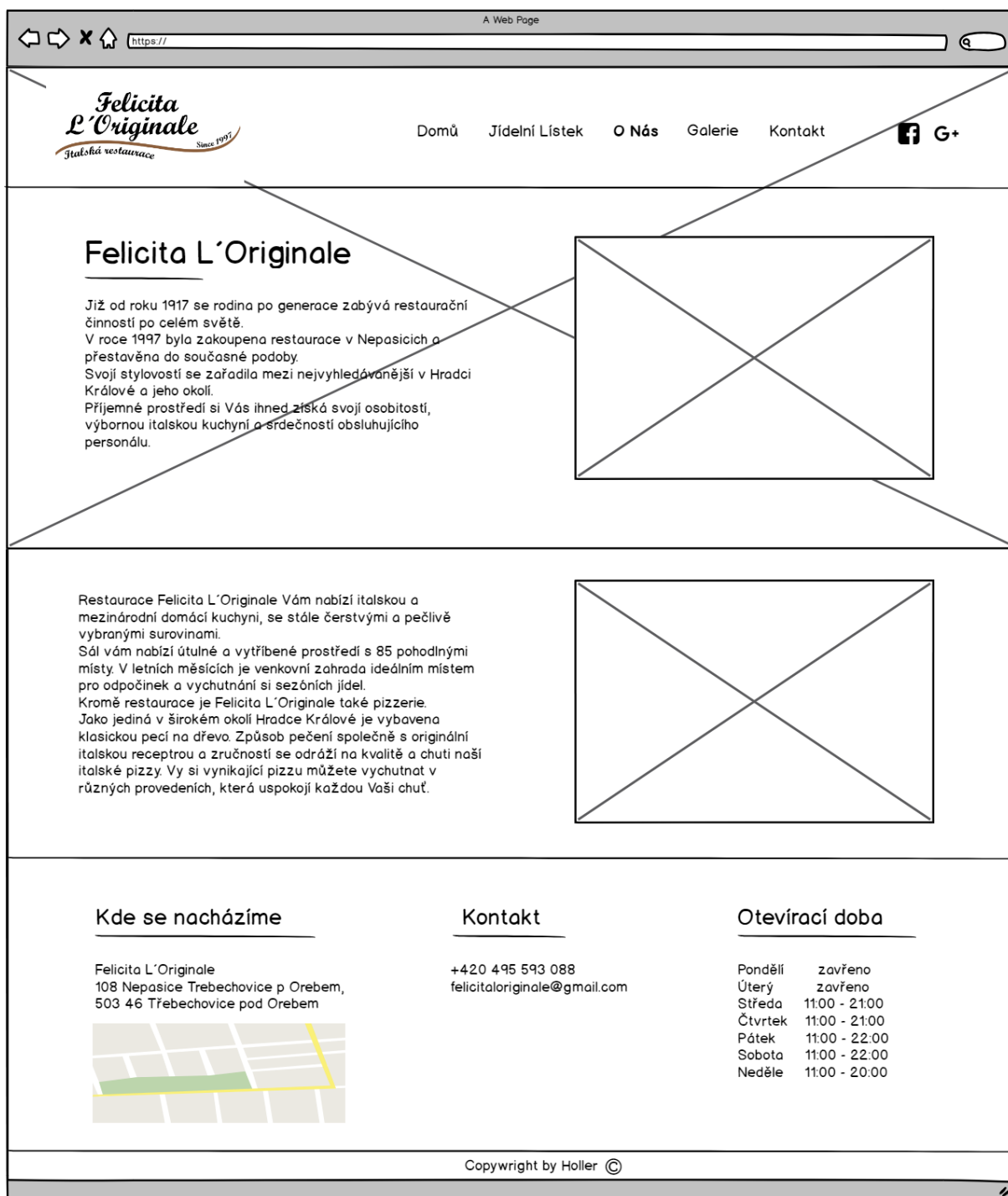
felicitatoriginale@gmail.com

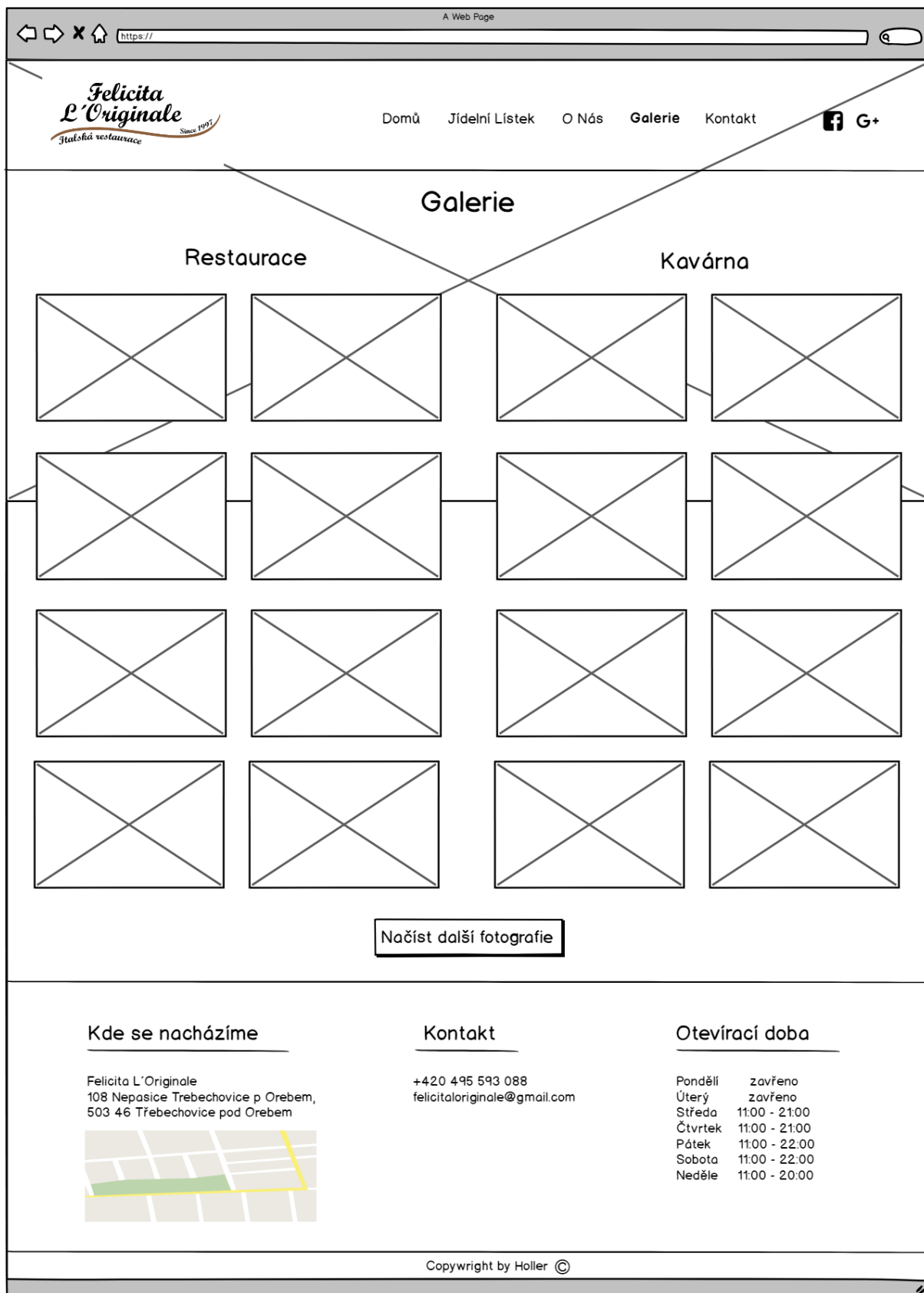
www.felicita-loriginale.cz

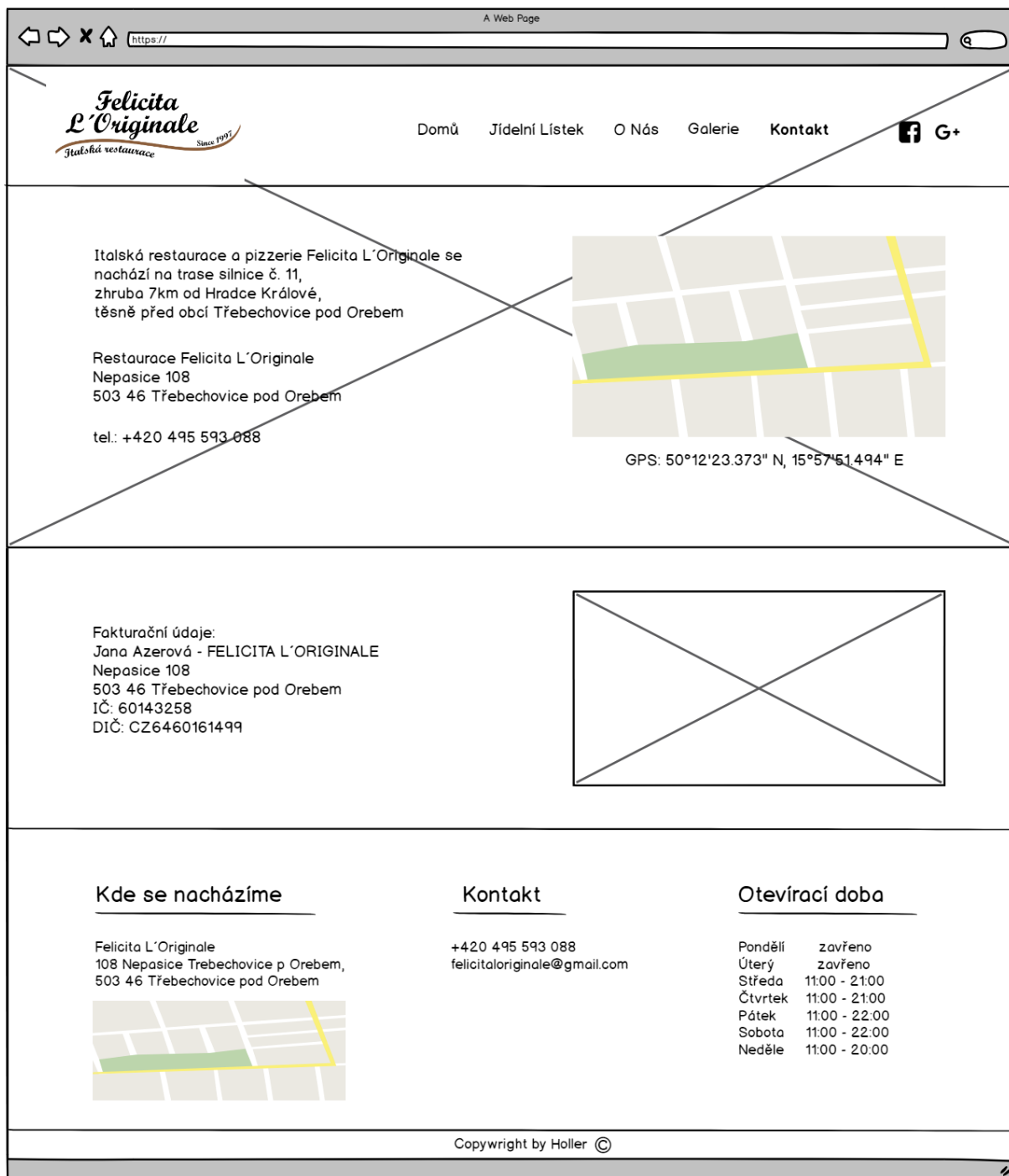
Příloha 4 – Wireframe











Příloha 5 – Hlavičkový papír

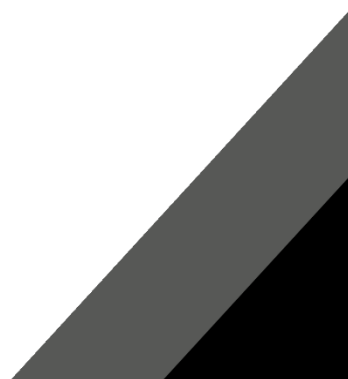


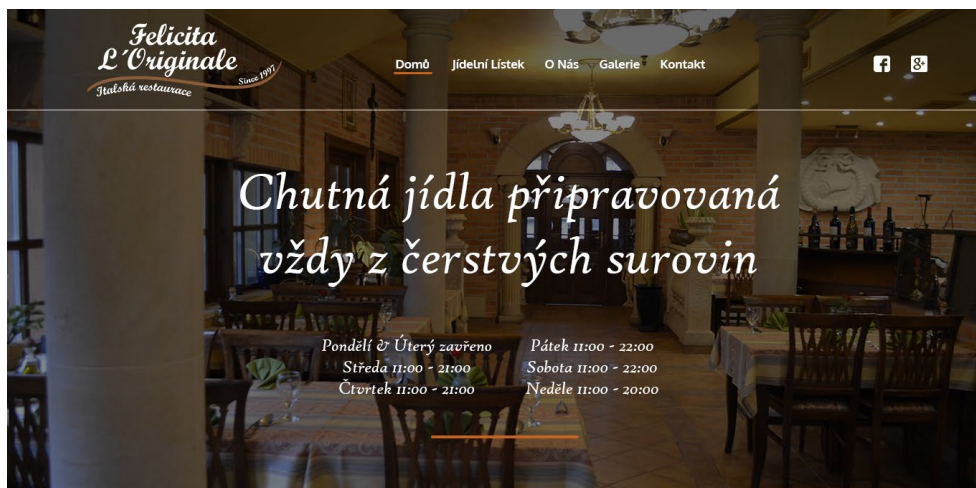
IC: 60143258
DIČ: CZ6460161499
Tel.: 495 593 088
email: felicitatoriginale@gmail.com
adresa: Nepasice 108
503 46 Třebetovice pod Oreben

Lorem ipsum dolor sit ame

*Integer rutrum, orci vestibulum ullamcorper ultricies, lacus
quam ultricies odio, vitae placerat pede sem sit amet enim.
Praesent id justo in neque elementum ultrices. Fusce nibh.
Mauris tincidunt sem sed arcu. Etiam posuere lacus quis
dolor. Fusce tellus odio, dapibus id fermentum quis, suscipit
id erat. Donec quis nibh at felis congue commodo. Nulla
accumsan, elit sit amet varius semper, nulla mauris mollis
quam, tempor suscipit diam nulla vel leo. Duis risus.
Maecenas aliquet accumsan leo.*

Aliquam ante.





*Felicità
L' Originale*
Italská restaurace Since 1997

[Domů](#) [Jídelní Lístek](#) [O Nás](#) [Galerie](#) [Kontakt](#)



Chutná jídla připravovaná vždy z čerstvých surovin

Pondělí & Úterý zavřeno
Středa 11:00 - 21:00
Čtvrtek 11:00 - 21:00
Pátek 11:00 - 22:00
Sobota 11:00 - 22:00
Neděle 11:00 - 20:00

Doporučená jídla

Polévka

Cibulová polévka s prosciutto crudo a gorgonzolou
49,00 Kč

Hlavní chod

Kotleta s paprikou, rajčaty, vínem a bazalkou
148,00 Kč

Moučník

Zmrzlinový pohár s ovocem a šlehackou
80,00 Kč

[Celý jídelní lístek](#)

Felicità L' Originale

Žádná láska není tak opravdová,
jako láska k jídlu.

Rodinná restaurace v Třeběchovicích pod Orebem,
která vznikla v roce 1997,
vám nabídneme příjemnou atmosféru,
kulinářský zážitek připravovaný díky dlouholeté
zkušenosti v oboru a příjemný personál,
který splní vše co vám na očích uvidí.



Kde se nacházíme

Felicità L' Originale
108 Nepasice Třeběchovice pod Orebem,
503 46 Třeběchovice



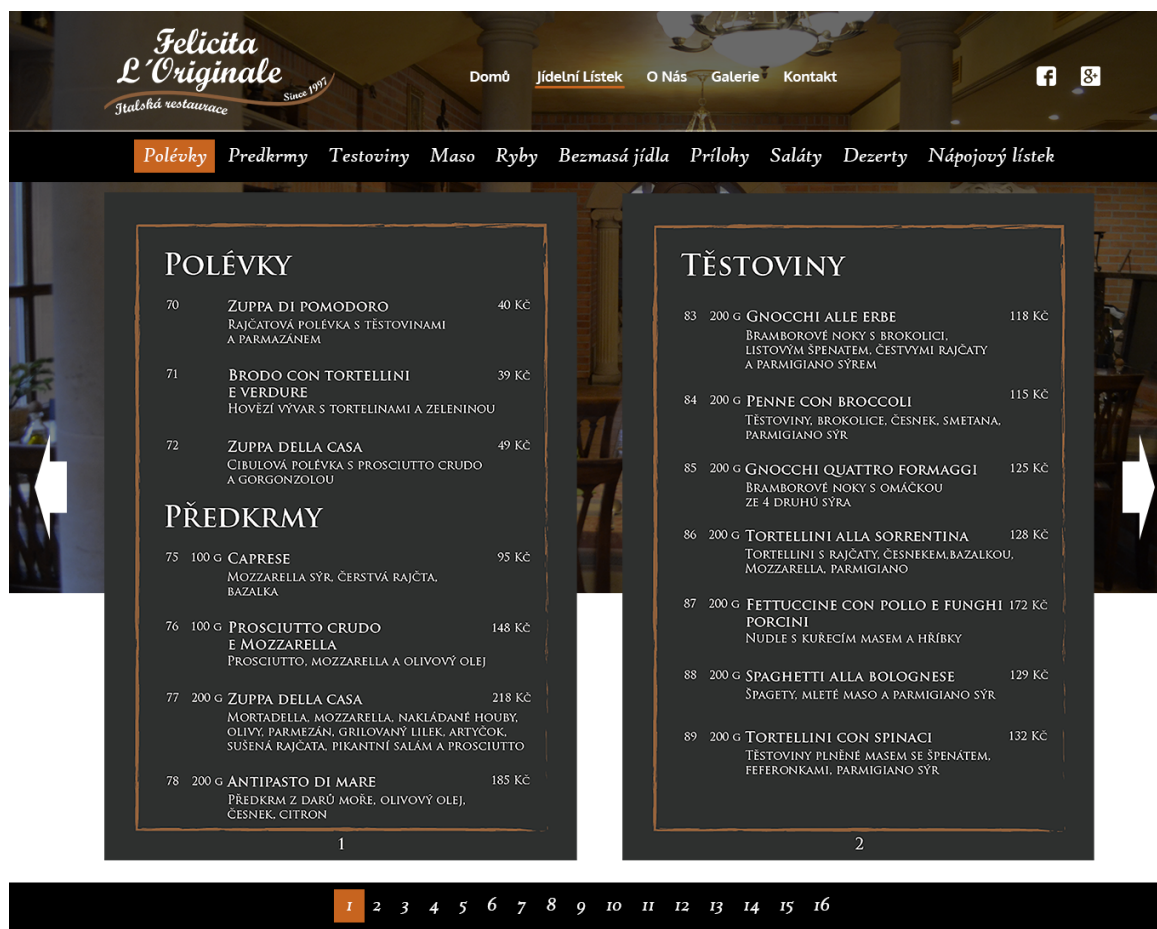
Kontakt

+420 495 593 088
felicitatoriginale@gmail.com

Otevírací doba

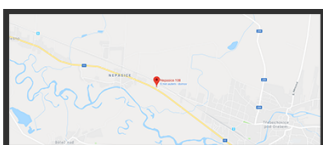
Pondělí	zavřeno
Úterý	zavřeno
Středa	11:00 - 21:00
Čtvrtek	11:00 - 21:00
Pátek	11:00 - 22:00
Sobota	11:00 - 22:00
Neděle	11:00 - 20:00

Příloha 6 – Grafický návrh webu



Kde se nacházíme

Felicità L'Originale
108 Nepasice Třebechovice pod Orebem,
503 46 Třebechovice



Kontakt

+420 495 593 088
felicitatoriginale@gmail.com

Otevírací doba

Pondělí	zavřeno
Úterý	zavřeno
Středa	11:00 - 21:00
Čtvrtek	11:00 - 21:00
Pátek	11:00 - 22:00
Sobota	11:00 - 22:00
Neděle	11:00 - 20:00



[Domů](#)
[Jídelní Lístek](#)
[O Nás](#)
[Galerie](#)
[Kontakt](#)

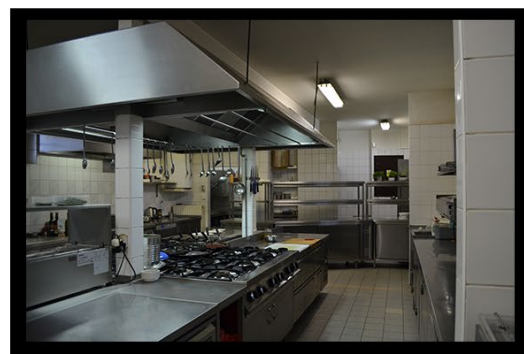



Felicità L'Originale

Již od roku 1917 se rodina po generace zabývá restaurační činností po celém světě. V roce 1997 byla zakoupena restaurace v Nepasicích a přestavěna do současné podoby. Svoji stylovostí se zařadila mezi nejvyhledávanější v Hradci Králové a jeho okolí. Příjemné prostředí si Vás ihned získá svojí osobitostí, výbornou italskou kuchyní a srdečností obsluhujícího personálu.



Restaurace Felicità L'Originale Vám nabízí italskou a mezinárodní domácí kuchyni, se stále čerstvými a pečlivě vybranými surovinami. Sál vám nabízí útulné a vytříbené prostředí s 85 pohodlnými místy. V letních měsících je venkovní zahrada ideálním místem pro odpočinek a vychutnání si sezóních jídel. Kromě restaurace je Felicità L'Originale také pizzerie. Jako jediná v širokém okolí Hradce Králové je vybavena klasickou pecí na dřevo. Způsob pečení společně s originální italskou recepturou a zručností se odráží na kvalitě a chuti naší italské pizzy. Vy si vynikající pizzu můžete vychutnat v různých provedeních, která uspokojí každou Vaši chuť.



Kde se nacházíme

Felicità L'Originale
 108 Nepasice Třebechovice pod Orebem,
 503 46 Třebechovice

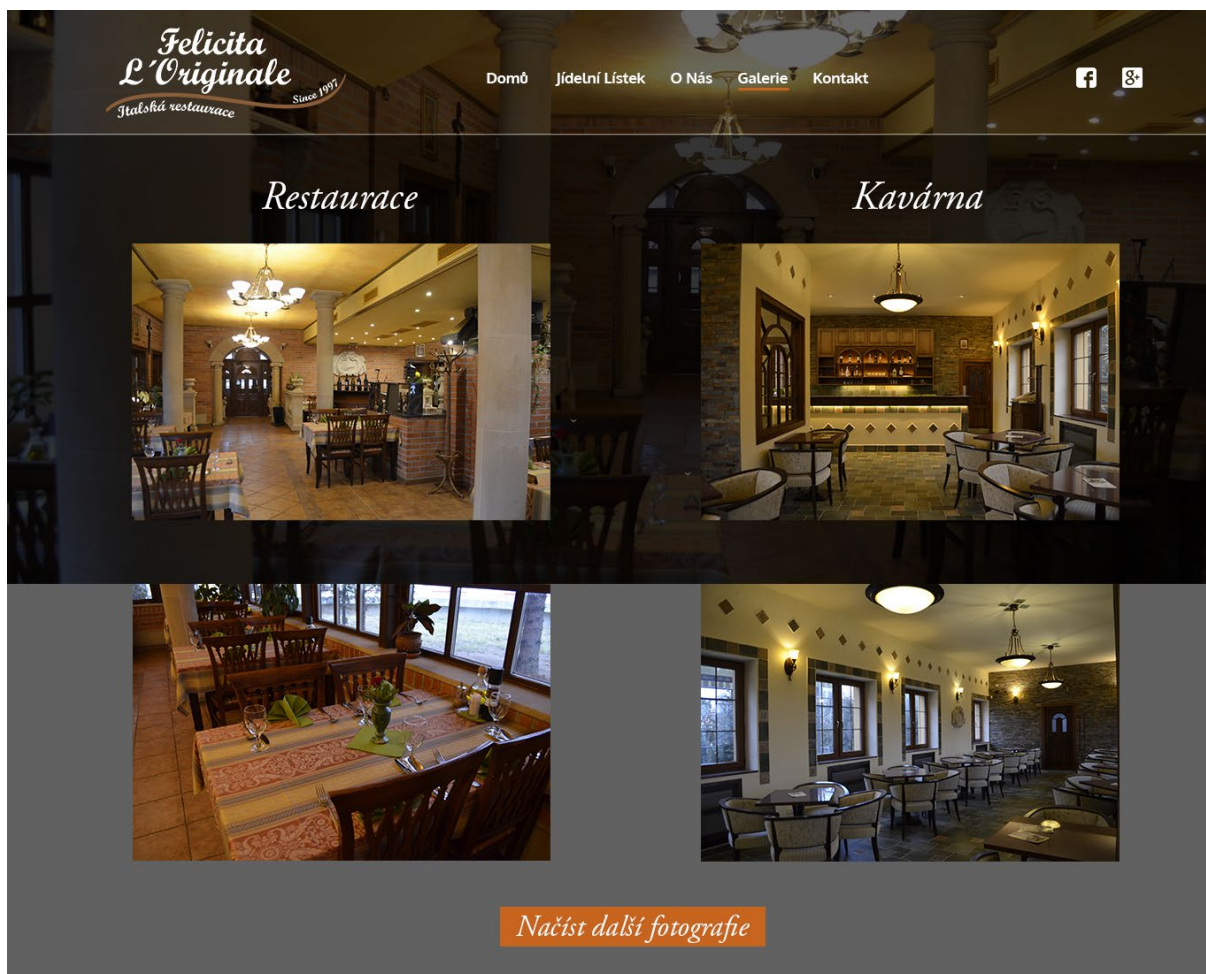


Kontakt

+420 495 593 088
felicitatoriginale@gmail.com

Otevírací doba

Pondělí	zavřeno
Úterý	zavřeno
Středa	11:00 - 21:00
Čtvrtek	11:00 - 21:00
Pátek	11:00 - 22:00
Sobota	11:00 - 22:00
Neděle	11:00 - 20:00



Kde se nacházíme

Felicità L'Originale
108 Nepasice Třebechovice pod Orebem,
503 46 Třebechovice



Kontakt

+420 495 593 088
felicitatoriginale@gmail.com

Otevírací doba

Pondělí	zavřeno
Úterý	zavřeno
Středa	11:00 - 21:00
Čtvrtek	11:00 - 21:00
Pátek	11:00 - 22:00
Sobota	11:00 - 22:00
Neděle	11:00 - 20:00

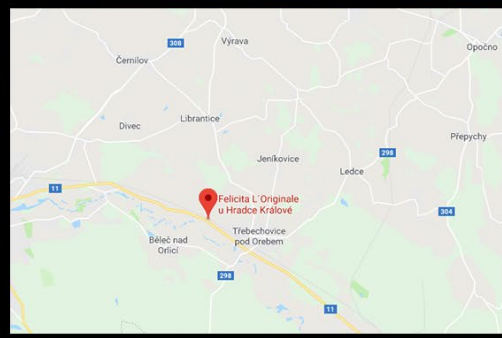


[Domů](#)
[Jídelní Lístek](#)
[O Nás](#)
[Galerie](#)
[Kontakt](#)



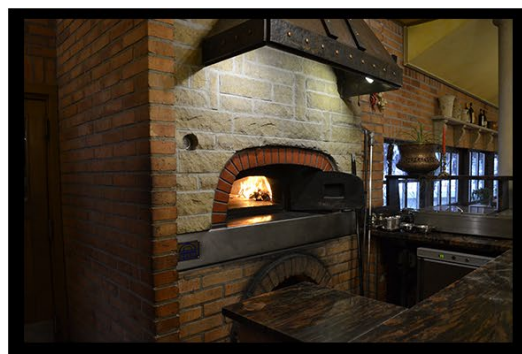

Restaurace a pizzerie Felicita L'Originale se nachází na trase silnice č. 11, zhruba 7km od Hradce Králové, těsně před obcí Třebechovice pod Orebem.

Restaurace Felicita L'Originale
Nepasice 108
503 46 Třebechovice pod Orebem
tel.: +420 495 593 088



GPS: 50°12'23.373" N, 15°57'51.494" E

Fakturační údaje:
Jana Azerová - FELICITA L'ORIGINALE
Nepasice 108
503 46 Třebechovice pod Orebem
IČ: 60143258
DIČ: CZ6460161499



Kde se nacházíme

Felicita L' Originale
108 Nepasice Třebechovice pod Orebem,
503 46 Třebechovice



Kontakt

+420 495 593 088
felicitaloriginale@gmail.com

Otevírací doba

Pondělí	zavřeno
Úterý	zavřeno
Středa	11:00 - 21:00
Čtvrtek	11:00 - 21:00
Pátek	11:00 - 22:00
Sobota	11:00 - 22:00
Neděle	11:00 - 20:00