

# Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ÚVODEM.....</b>   | <b>3</b>  |
| MATERIÁLY KE KNIZE.....  | 3         |
| <b>KAPITOLA 1 PROČ JEŠTĚ NEMÁTE SVÉHO NEJLEPŠÍHO OBCHODNÍKA? .....</b> | <b>4</b>  |
| DATA, ČÍSLA A ZASE DATA.....   | 4         |
| SAMOTNÝ WEB DNES NESTAČÍ.....  | 6         |
| JAK VYPADÁ KVALITNÍ WEB? .....   | 7         |
| JAKOU VÝBAVU DÁT SVÉMU NEJLEPŠÍMU OBCHODNÍKOVÍ? .....                  | 9         |
| MĚŘÍTE A VYHODNOCUJETE VÝKONNOST WEBU? .....                           | 10        |
| JAK FUNGUJE NEJLEPŠÍ OBCHODNÍK V PRAXI? .....                          | 12        |
| VYCHOVEJTE SI NEJLEPŠÍHO OBCHODNÍKA! .....                             | 15        |
| <b>KAPITOLA 2 PLÁNUJEME OBCHODNÍ STRATEGII WEBU .....</b>              | <b>16</b> |
| ZNÁTE SVŮJ BYZNYS? .....   | 17        |
| KDE PŮSOBÍTE? .....  | 18        |
| JAKÉ JSOU CÍLE VAŠEHO WEBU? .....                                      | 19        |
| SVATÝ GRÁL ÚSPĚŠNÉHO WEBU .....  | 20        |
| KDO JE VÁŠ ZÁKAZNÍK ČI KLIENT? .....                                   | 21        |
| JAKÉ VÁM CÍLOVÉ PUBLIKUM KLADE OTÁZKY? .....                           | 23        |
| JAKÝ TYP OBSAHU PUBLIKUM KONZUMUJE? .....                              | 24        |
| AKCE A KONVERZE NA WEBU .....  | 26        |
| <i>Co to je konverze.....</i>  | 26        |
| <i>Proč akce na webu? .....</i>  | 27        |
| <i>Typy akcí.....</i>  | 29        |
| ZÁVĚREM .....  | 30        |
| <b>KAPITOLA 3 POZNEJTE SVOU KONKURENCI.....</b>                        | <b>31</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| KDO JE VAŠÍ KONKURENCÍ? .....                                       | 31        |
| ANALYZUJTE BYZNYS KONKURENCE .....                                  | 32        |
| ANALÝZA WEBU KONKURENCE .....                                       | 34        |
| JAK VYJÍT ZE SOUBOJE JAKO VÍTĚZ? .....                              | 36        |
| ZÁVĚREM .....   | 37        |
| <b>KAPITOLA 4 DOMÉNA = VAŠE ADRESA NA INTERNETU .....</b>           | <b>38</b> |
| DOMÉNA NEJVYŠŠÍHO ŘÁDU .....  | 39        |
| BÝT ČI NE-BÝT ANEB POMLČKA V DOMÉNĚ .....                           | 41        |
| KOLIK SLOV POUŽÍT V DOMÉNĚ? .....                                   | 42        |
| JAK VYBRAT SPRÁVNOU DOMÉNU .....                                    | 43        |
| <i>Malá firma s omezeným regionálním působením .....</i>            | <i>44</i> |
| <i>Firma s větším regionálním dosahem nebo známou značkou .....</i> | <i>44</i> |
| <i>Malé internetové obchody .....</i>                               | <i>45</i> |
| <i>Velké internetové obchody a značky .....</i>                     | <i>46</i> |
| <i>Kreativní kombinace .....</i>                                    | <i>47</i> |
| ZÁVĚREM .....   | 48        |
| <b>KAPITOLA 5 JAK VYUŽÍT VYHLEDÁVAČE A CO LIDÉ HLEDAJÍ .....</b>    | <b>49</b> |
| JAK VÁŠ WEB LIDÉ NAJDOU? .....                                      | 49        |
| <i>Vyhledávače v číslech .....</i>                                  | <i>51</i> |
| <i>Vyhledávač vs. katalog .....</i>                                 | <i>52</i> |
| <i>Pod kapotou vyhledávače .....</i>                                | <i>52</i> |
| CO LIDÉ HLEDAJÍ A JAK TOHO VYUŽÍT .....                             | 54        |
| <i>Klíčová slova popisující byznys .....</i>                        | <i>54</i> |
| <i>Teorie dlouhého ocasu .....</i>                                  | <i>55</i> |
| <i>Jak využít našeptávač vyhledávače .....</i>                      | <i>57</i> |
| <i>Jak využít nástroj Návrhy klíčových slov .....</i>               | <i>58</i> |
| <i>Kategorizace klíčových slov .....</i>                            | <i>60</i> |
| <i>Co klíčová slova a fráze říkají .....</i>                        | <i>61</i> |
| JAK VYUŽÍT NALEZENÉ FRÁZE V HIERARCHII WEBU .....                   | 62        |

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Hlavní kategorie webu</i> .....                                  | 62        |
| <i>Vedlejší kategorie webu</i> .....                                | 63        |
| <i>Stránky webu</i> .....   | 63        |
| ZÁVĚREM .....   | 64        |
| <b>KAPITOLA 6 JAK NA OBSAH ATRAKTIVNÍ PRO VYHLEDÁVAČE</b> .....     | <b>65</b> |
| K ČEMU JSOU KLÍČOVÁ SLOVA NA STRÁNCE? .....                         | 66        |
| TECHNICKÉ SEO FAKTORY OBSAHU WEBOVÉ STRÁNKY .....                   | 67        |
| RYCHLOKURZ HTML .....   | 69        |
| JAK A V ČEM WEB UPRAVIT? .....                                      | 71        |
| <i>Správa webu úpravou kódu</i> .....                               | 72        |
| <i>Správa webu v redakčním systému</i> .....                        | 73        |
| SEO FAKTORY WEBU NA STRÁNCE .....                                   | 74        |
| <i>Titulek stránky</i> .....  | 74        |
| <i>Popis stránky</i> .....  | 78        |
| <i>Nadpisy na stránce</i> .....                                     | 81        |
| ODKAZY A KLÍČOVÁ SLOVA .....  | 83        |
| <i>Odkaz v kódu</i> .....   | 84        |
| <i>Odkaz v redakčním systému</i> .....                              | 84        |
| <i>Pravidla správných odkazů</i> .....                              | 85        |
| <i>Odkazy v praxi</i> .....   | 85        |
| OBRÁZKY A SEO .....   | 87        |
| <i>Obrázek v kódu</i> .....   | 88        |
| <i>Alternativní text obrázku</i> .....                              | 88        |
| <i>Název souboru obrázku</i> .....                                  | 90        |
| <i>Obrázek v redakčním systému</i> .....                            | 90        |
| <i>Obrázky v e-shopech</i> .....                                    | 91        |
| <i>Pravidla pro obrázky</i> .....                                   | 91        |
| KLÍČOVÁ SLOVA V BĚŽNÉM TEXTU .....                                  | 92        |
| <i>Přítomnost klíčového slova v prvních 50 až 100 slovech</i> ..... | 92        |
| <i>Hustota klíčových slov</i> .....                                 | 92        |

|  |            |
|--|------------|
| <i>Technická doporučení k textu</i> .....                                | 93         |
| NAVIGACE .....   | 94         |
| <i>Drobečková navigace v praxi</i> .....                                 | 96         |
| <i>Navigace v kódu webu</i> .....  | 97         |
| <i>Navigace z pohledu vyhledávače</i> .....                              | 98         |
| URL ADRESY .....   | 98         |
| <i>Adresa stránky</i> .....  | 98         |
| <i>URL adresa přátelská k vyhledávačům (tzv. SEO-friendly)</i> .....     | 99         |
| <i>Doporučení k URL adresám</i> .....                                    | 100        |
| ZÁVĚREM .....  | 100        |
| <b>KAPITOLA 7 JAK NA OBSAH WEBU, KTERÝ PRODÁVÁ</b> .....                 | <b>101</b> |
| PRAVIDLO 10 VTEŘIN .....   | 101        |
| <i>Co by tedy měla obsahovat vstupní stránka na webu, aby zaujala?</i> . | 102        |
| OBRÁCENÁ PYRAMIDA.....   | 103        |
| ACH TEN ČEŠTIN.....  | 105        |
| PRAVIDLA DOKONALÉHO OBSAHU .....   | 106        |
| <i>Copywriting</i> .....   | 106        |
| <i>Výrazová forma, aneb mluv, jak ti zobák narostl</i> .....             | 107        |
| <i>Osnova</i> .....  | 107        |
| <i>Relevantnost a důležitost sdělení</i> .....                           | 109        |
| <i>Jednoduchost</i> .....  | 109        |
| <i>Obsah musí být kvalitní a aktuální</i> .....                          | 110        |
| <i>EMOCE!!!</i> .....  | 111        |
| <i>Strukturování textu</i> .....   | 113        |
| <i>Nadpisy jsou vstupní branou k obsahu</i> .....                        | 114        |
| BEZ VÝZVY K AKCI NEJSOU KONVERZE .....                                   | 115        |
| <i>Odkazy</i> .....  | 115        |
| <i>Tlačítka</i> .....  | 116        |
| <i>Formuláře</i> .....   | 116        |
| TYPY OBSAHU.....   | 117        |

|   |            |
|---|------------|
| RECYKLUJTE .....  | 118        |
| K ČEMU VEDE KVALITNÍ OBSAH? .....                                     | 119        |
| ZÁVĚREM .....   | 119        |
| <b>KAPITOLA 8 MAGNETY NA ZÁKAZNÍKY A KLIENTY .....</b>                | <b>120</b> |
| 7 PRAVIDEL ÚSPĚŠNÉHO OBSAHU .....                                     | 120        |
| <i>Pravidlo 1: Budte expertem v oboru</i> .....                       | 120        |
| <i>Pravidlo 2: Pomáhejte a radte</i> .....                            | 121        |
| <i>Pravidlo 3: Inspirujte</i> .....                                   | 122        |
| <i>Pravidlo 4: Šokujte</i> .....                                      | 122        |
| <i>Pravidlo 5: Bavte</i> .....  | 123        |
| <i>Pravidlo 6: Zapojte návštěvníky do tvorby obsahu</i> .....         | 123        |
| <i>Pravidlo 7: Nehledejte zkratky</i> .....                           | 124        |
| TYPY MAGNETŮ NA WEBU .....  | 124        |
| <i>Blog s články</i> .....  | 124        |
| <i>Video návody a video reportáže</i> .....                           | 125        |
| <i>E-book</i> .....   | 126        |
| <i>Infografika a inspirativní fotogalerie</i> .....                   | 127        |
| <i>Otázky a odpovědi a slovníček pojmů</i> .....                      | 128        |
| <i>Ke stažení</i> .....   | 128        |
| <i>Testy a kvízy, soutěže, ankety</i> .....                           | 129        |
| <i>Online nástroje</i> .....  | 130        |
| MAGNETY NA E-SHOPU .....  | 130        |
| <i>Nákupní pomocník</i> .....   | 131        |
| <i>Recenze, srovnání, hodnocení</i> .....                             | 131        |
| <i>Představení zboží na videu</i> .....                               | 132        |
| <i>Slevy a dárky</i> .....  | 133        |
| ZÁVĚREM .....   | 134        |
| <b>KAPITOLA 9 EFEKTIVNÍ PRÁCE S KONTAKTY A E-MAIL MARKETING .....</b> | <b>135</b> |
| K ČEMU JE SBĚR KONTAKTŮ NA WEBU .....                                 | 135        |

|  |            |
|--|------------|
| CO VEDE K NÁKUPU? .....                              | 137        |
| JAK SBÍRAT KONTAKTY NA WEBU .....                    | 138        |
| <i>Pomocí čeho sbírat kontakty?</i> .....            | 139        |
| <i>Využijte aplikace</i> .....                       | 140        |
| <i>Jak získat kontakt na webu</i> .....              | 142        |
| JAK PRACOVAT S DATABÁZÍ KONTAKTŮ .....               | 143        |
| JAKÁ JE SPRÁVNÁ STRATEGIE E-MAILINGU? .....          | 145        |
| <i>Frekvence komunikace</i> .....                    | 145        |
| <i>Jak vypadá úspěšná e-mailová komunikace</i> ..... | 147        |
| <i>Jak vypadá úspěšný e-mail</i> .....               | 148        |
| CHYTRÉ KAMPANĚ .....                                 | 150        |
| ZÁVĚREM .....  | 152        |
| <b>KAPITOLA 10 ÚSPĚŠNÝ ONLINE MARKETING .....</b>    | <b>153</b> |
| JAK NA MARKETING VE VYHLEDÁVAČÍCH .....              | 153        |
| JAK FUNGUJÍ PPC SYSTÉMY .....                        | 154        |
| GOOGLE ADWORDS VS. SEZNAM SKLIK .....                | 156        |
| JAK NA TO? .....                                     | 157        |
| CÍLOVÁ STRÁNKA PRO PPC KAMPANĚ .....                 | 158        |
| ZAKLÁDÁME PRVNÍ PPC KAMPAŇ .....                     | 159        |
| <i>Registrace účtu</i> .....                         | 159        |
| <i>Nabití účtu</i> .....                             | 160        |
| <i>Vytvoření kampaně</i> .....                       | 162        |
| <i>Nastavení sestavy</i> .....                       | 164        |
| <i>Připravujeme inzerát</i> .....                    | 164        |
| <i>Jak si poradit s klíčovými slovy</i> .....        | 166        |
| ZNAČKOVÁNÍ INZERÁTŮ PRO GOOGLE ANALYTICS .....       | 168        |
| PROPOJENÍ GOOGLE ADWORDS A GOOGLE ANALYTICS .....    | 170        |
| MĚŘENÍ KONVERZÍ .....                                | 171        |
| ZÁVĚREM .....  | 174        |

|   |            |
|---|------------|
| <b>KAPITOLA 11 MĚŘENÍ A VYHODNOCOVÁNÍ VÝKONNOSTI A ÚSPĚŠNOSTI</b> |            |
| <b>WEBU .....</b>   | <b>175</b> |
| CO JE TŘEBA PRO GOOGLE ANALYTICS .....                            | 175        |
| <i>Založení webu v Google Analytics</i> .....                     | 176        |
| <i>Měřicí kód Google Analytics</i> .....                          | 176        |
| SPRÁVA ÚČTŮ V GOOGLE ANALYTICS .....                              | 177        |
| <i>Vyfiltrování vlastní IP adresy</i> .....                       | 178        |
| MĚŘENÍ NÁVŠTĚVNOSTI A CHOVÁNÍ NÁVŠTĚVNÍKŮ .....                   | 180        |
| <i>Návštěvnost a unikátní návštěvníci</i> .....                   | 180        |
| <i>Chování návštěvníků</i> .....                                  | 181        |
| <i>Návštěvnost jednotlivých stránek</i> .....                     | 182        |
| <i>Noví vs. vracející se návštěvníci</i> .....                    | 184        |
| ANALÝZA ZDROJŮ NÁVŠTĚVNOSTI .....                                 | 186        |
| <i>Přímá návštěvnost</i> .....                                    | 186        |
| <i>Odkazy</i> .....   | 187        |
| <i>Neplacené vyhledávání</i> .....                                | 188        |
| <i>Placené vyhledávání</i> .....                                  | 189        |
| <i>Kampaně</i> .....  | 190        |
| MĚŘENÍ VÝKONNOSTI WEBU .....                                      | 191        |
| <i>Běžné ukazatele výkonnosti</i> .....                           | 192        |
| <i>Ukazatele výkonnosti obchodně úspěšného webu</i> .....         | 193        |
| MĚŘENÍ VÝKONNOSTI E-SHOPU .....                                   | 195        |
| SLEDUJEME KONVERZE, TRANSAKCE A TRŽBY .....                       | 196        |
| ZJIŠŤUJEME SKUTEČNÝ ZDROJ KONVERZE .....                          | 199        |
| ZÁVĚREM .....   | 202        |
| <b>CO ŘÍCI ZÁVĚREM? .....</b>                                     | <b>203</b> |
| JAK DÁL? .....  | 203        |
| VZDĚLÁVEJTE SE .....  | 204        |
| PORADTE SE .....  | 204        |
| BONUS – A HNED 3X .....   | 205        |