



# Návrh strategického riadenia digitálneho marketingu podniku v zmysle podpory pre rozhodovanie o výbere vhodných variantov stratégie v digitálnom marketingu podniku

Žilinská univerzita v Žiline

Fakulta riadenia a informatiky

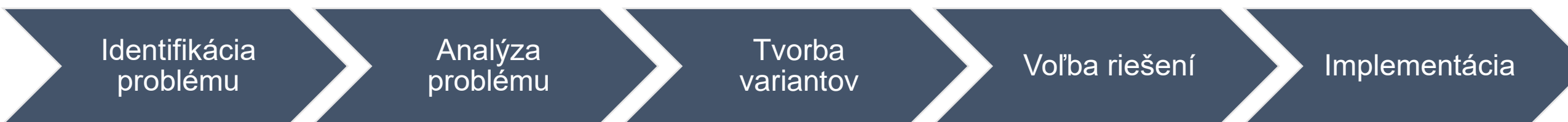
Projektový tím: Bc. Branislav Urdák, Bc. Marek Kukuča, Bc. Valentína Koňušíková, Bc. Adriana Gonščáková, Bc. Denisa Fajbíková, Bc. Bruno Grinč

Vedenie projektu: Ing. Martin Holubčík, PhD., doc. Ing. Gabriel Koman, PhD.

ŽILINSKÁ UNIVERZITA V ŽILINE

Fakulta riadenia a informatiky

## Proces rozhodovania



### Cieľ projektu

Hlavným cieľom projektu bol návrh strategického riadenia digitálneho marketingu podniku, zameraného na podporu v zmysle rozhodovania o výbere vhodnej kombinácie variantov stratégie digitálneho marketingu v podniku.

Pri rozhodovaní manažérov v digitálnom marketingu je dôležité z pohľadu podniku **klásť dôraz na zvolenie čo najlepšej kombinácie** vlastných médií, ktorými prilákajú zákazníkov, ktorí sa ale odlišujú svojim správaním pri nákupnom rozhodovaní. Vhodná kombinácia vlastných médií závisí od cieľovej skupiny zákazníkov na ktorých sa spoločnosť zameria. Je však efektívnejšie zamerať sa na jednu až dve platformy a tvoriť v nich individuálny obsah.

### Príklad postupu tvorby stratégie digitálneho marketingu s využitím marketingových nástrojov



### Analýza možných problémov v rôznych oblastiach digitálneho marketingu

Nevhodný výber influencera, citlivosť publika na falošné dáta, nesprávne zvolený obsah, nesprávne nastavenie PPC reklamy, dynamické prostredie a zameranie sa na zlé metriky, nesprávna identifikácia zákazníkov, nekvalitný obsah, nedostatočná analýza a optimalizácia, vytváranie jedného typu obsahu, poškodenie dobrého mena spoločnosti,...

- STEEP
- SWOT
- TOWS
- Analýza zákazníka v online prostredí
- Reputácia značky
- Analýza konkurencie

- SMART
- 5S
- Strategické ciele podniku

- Segmentácia
- TOPPP SITE
- CRM
- Big4
- 3Ms

- Marketingový lievik
- STDC
- RACE

- Pridelenie úloh kompetentností

- Výber a kontrola KPI
- Reporting
- Získavanie nových poznatkov

Situačná analýza

Identifikácia problému

Analýza problému

Vymedzenie cieľov

Tvorba stratégií

Príprava taktík DM

Analýza nástrojov DM

Nástroje DM

Implementácia taktík a zodpovednosti

Kontrola