

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Hanka TĚSITELOVÁ
Název bakalářské práce: Návrh marketingové strategie technologického startupu

Jméno vedoucího bakalářské práce: Ing. Michal Dostál
Jméno oponenta bakalářské práce: Ing. Vojtěch Vazda
Oponent: - název firmy: UPC Group a.s.
- pracovní zařazení: COO **kontakt:** vazda@upcomers.com

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studentem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	x			
Hloubka provedené analýzy		x		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	x			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		x		
Schopnost studenta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů studenta	x			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce	x			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	x			

Slovní hodnocení a připomínky k bakalářské práci v rozsahu minimálně deseti řádků uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.

Otázky k obhajobě bakalářské práce:

Mnoho potenciálních uživatelů a majitelů eshopů se v rámci svých vědomostí nepohybují v online propagaci a marketingu. Nastal ve zkoumaném období jev, kdy se i po odprezentování materiálů potenciální klient raději rozhodl využít marketingové platformy (FB Ads, Google Ads, Sklik, Glami...) k propagaci napřímo, protože nepochopil účel aplikace anebo ji „nedůvěřoval“ z pohledu programu menšího startupu? Pokud ano, jaká se uplatňovala strategie komunikace k úspěšnému přesvědčení?

Uvažovalo se k propagaci využít i další reklamní formáty pro placený nebo organický dosah? Jako například video pro použití na FB/IG reklamu, IG Reels, TikTok, Youtube,... kde by posluchač mohl získat informace, větší důvěryhodnost a kladný vztah k představiteli společnosti (z videa), což by mohlo zvýšit konverzní poměr.

Práci doporučuji - ~~nedoporučuji~~* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 18. 5. 2022

Podpis oponenta bakalářské práce

Slovní hodnocení:

Zpracovanou bakalářskou práci na téma „Návrh marketingové technologického startupu“ považuji za velice obohacující a přínosnou. Vytvářet marketingovou strategii pro B2B sektor, kde předmětem je podpora prodeje ještě ne zcela známého nástroje nového typu není rozhodně nic jednoduchého. A to zejména ještě v marketingovém odvětví, které je velmi konkurenční. Jak autorka zmiňuje, tak je třeba provést důkladnou přípravu a otestovat několik prvků v propagaci – a to jak v přípravě samotné reklamy a jejího obsahu (co se bude v reklamě prezentovat), tak i samotné nastavení kampaně (komu budeme danou reklamu zobrazovat). To si myslím, že autorka splnila, kde zkoušela několik lišících se obsahů kampaně, z kterého ji po vyhodnocení vyšlo, že nejúspěšnější je právě „Případová studie“. Je trochu škoda, že po tomto zjištění autorka nezkoušela více pracovat i s nastavením optimalizací samotných kampaní, kde byl zkoušen pouze typ „Návštěvnost“, ale ne například „Konverze“, kde by takováto kampaň po správném nastavení konverzní akce (např. Odeslání poptávkového formuláře) a správného zaučení kampaně mohla přivést další zajímavé zjištění a výsledky. Chápu však, že analýza práce byla omezena zkoumaným časovým obdobím a vyhrazeným rozpočtem pro placenou propagaci.

Shoduji se s autorkou v závěru práce, že za současné popsané situace je vzhledem k investovaným prostředkům (jak peněžním, tak i časovým) nejefektivnější způsob přímé oslovení potencionálních klientů – a to jak osobní, telefonické anebo komentáři v relevantních podnikatelských skupinách či webech.

Nemám žádných stylistických ani věcných námitek ke zpracování bakalářské práce. Bakalářskou práci z pozice oponenta navrhuji k obhajobě se známkou „Výborně“.