

Abstrakt práce

1. Téma práce – Elektronický marketing stavebných firiem

2. Meno autora - Michal Spišák

3. Ročník a odbor štúdia – 3.r (bakalárske štúdium) financie, bankovníctvo a investovanie, TUKE, Ekonomická fakulta Košice

4. Konzultant/vedúci práce – doc. RNDr. Jozef Bucko, PhD

5. Obsah

Vo svojej práci sa venujem problematike stavebného sektora a stavebných firiem, na príklade konkrétnej stavebnej firmy testujem výsledky reklamnej kampane v systéme Google AdWords. Elektronický dopyt po stavebných službách je veľmi silný avšak väčšina stavebných firiem o tento dopyt priamo nebojuje a nezachytáva aktuálne trendy potencionálnych zákazníkov. Možnosti, ktoré im ponúka AdWords prehliadajú alebo nemajú dostatok informácií o potenciále, ktorý sa v AdWords ukrýva. Reklamnú kampaň v AdWords, ktorú som počas niekoľkých mesiacov spravoval sa týkala úplne neznámej stavebnej firmy, ktorá mala dlhodobé problémy s objednávkami, nikdy nevlastnila žiadnu webovú stránku, nikdy nemala žiadnu reklamu ani v printovej ani elektronickej forme. Vedenie stavebnej spoločnosti uvažovalo nad pozastavením činnosti firmy a o odchode konateľov do dôchodku. Aj napriek tomu, že mali desiatky rokov stavebnej praxe, obrovskú históriu v rámci bývalého režimu, kedy stavali sídliská od Slovenska po Ukrajinu a boli vyštudovaní v stavební experti, o ich služby nebol záujem. Konatelia stavebnej firmy boli toho názoru, že trh už klasické murované domy nevyžaduje a preferencie sú v montovaných drevostavbách, na ktoré táto firma nemala ani technológie ani potrebné skúsenosti. Z rôznych foriem marketingu a zvlášť elektronického som v práci otestoval, akým spôsobom môže pomôcť v reálnom prípade nástroj elektronického marketingu od spoločnosti Google – Google AdWords. V práci sa venujem postupom, metódam súvisiacimi s tvorbou samotnej elektronickej prezentácie stavebnej firmy, od tvorby loga po štýl textov,

ktorý bol orientovaný na mnou zvolenú cieľovú skupinu. Využitie nástroja Google AdWords taktiež vyžaduje veľkú zodpovednosť.

- A. cieľ riešenia – Elektronický marketing stavebných firiem – pomôže moderný nástroj online marketingu stavebnej firme v existenčných problémoch? Ako má vyzeráť webová stránka a aké funkčné prvky zákazníci stavebných služieb vyžadujú?
- B. obsah riešenia - popis postupov prác na tvorbe elektronickej prezentácie
- C. dosiahnuté výsledky - Celkový prijatý dopyt v objednávkach po stavebných prácach za sledované obdobie v rádovo miliónoch eur.

6. Kľúčové slová - Elektronický, marketing, stavebná firma, Google AdWords