

# Bez on-line prezentace se dnes již neobejdete



V TOMTO DÍLE NAŠEHO SERIÁLU SE ZAMĚŘÍM NA INTERNETOVÉ PREZENTACE – WEBY V RÁMCI FIREMNÍ IDENTITY A INOVACE FIREM. V DNEŠNÍ DOBĚ, KDY SE POUŽÍVÁNÍ INTERNETU STALO SAMOZŘEJMOSTÍ, JE ON-LINE PREZENTACE FIRMY NEZBYTNOU SOUČÁSTÍ MARKETINGOVÝCH AKTIVIT KAŽDÉ FIRMY. Text: **Tereza Svobodová**, foto: **strategy.cz**

**W**ebové stránky jsou vizitkou každé firmy. Je to zpravidla první kontakt, který má zákazník s vaší firmou. Ať už cíleně, tedy tak, že si vaši firmu vyhledá na internetu, nebo náhodně, při hledání informací, zboží či služeb. Pro některé firmy jsou webové stránky prezentací společnosti jako takové, pro některé jsou součástí budování značky a pro jiné obchodním místem, kde si zákazník – ať už velkoodběratel, či koncový zákazník – objedná zboží či služby. Tomuto zaměření musí být stránky přizpůsobeny a přesně na míru vytvořeny. Webové stránky tvoří identitu firmy, organizace či konkrétní osoby, kterou na internetu prezentují. Představují firemní komunikaci a kulturu nejen vizuální, ale i funkční formou a nabízejí zákazníkům důležité informace o vás, o vašich výrobcích či službách.

Podle posledních statistik využívá internet v České republice 55 procent lidí – což představuje přes 5,5 milionu osob. Když vezmeme statistiky z celého světa, bavíme se o neuvěřitelných

dvou miliardách lidí, kteří brouzdají po internetu. A tato čísla samozřejmě stále stoupají. Lidé nejčastěji využívají internetové vyhledávače a katalogy, které se tak stávají hlavními zdroji informací a kontaktů. Kdo nemá vlastní webovou stránku a firemní e-mail, jako by ani nebyl. Když už firma na internetu je, je velice důležité, jak vypadá, jak působí na nově přichozícího zákazníka a zda využívá všechny potenciál internetu.

## Promítněte firemní identitu na svůj web

Firemní styl (často se lze setkat s označením corporate identity) je souhrnné označení pro soubor pravidel určujících jak vnější vystupování firmy vůči svému okolí a zákazníkům, tak vnitrofiremní vztahy mezi zaměstnanci, systém komunikace, řízení a odměňování.

## VŠE PRO KVALITNÍ WEBOVÉ STRÁNKY

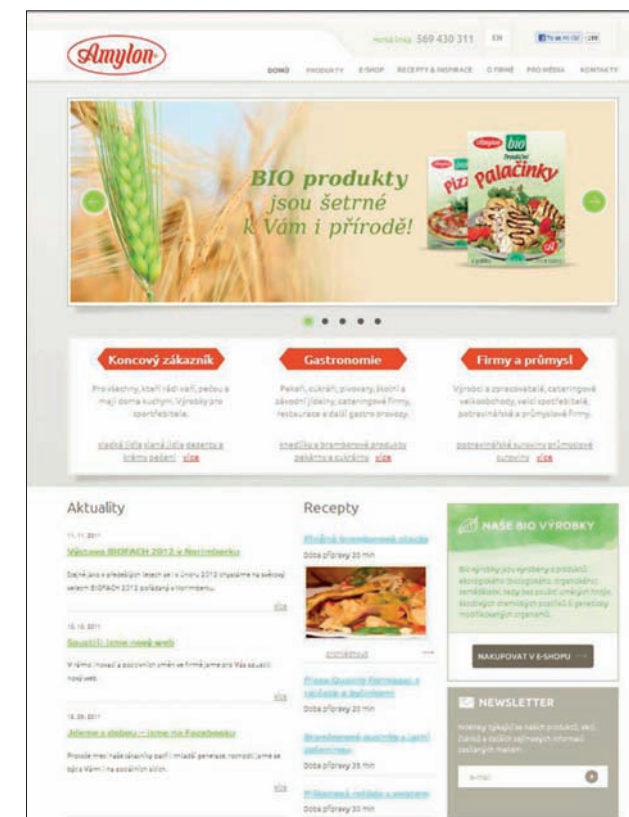
Důležitými vlastnostmi kvalitního webu je jeho vzhled v rámci firemní identity a komunikace, přehlednost a jednoduše, přístupnost a použitelnost a také funkčnost podle cílů firmy (image, obchod, komunikace a jiné). V neposlední řadě hraje svou roli také estetická úroveň vypovídající o kvalitě firmy, respektive produktu či služby.

Pod firemní styl spadá i jednotný vizuální styl, tedy graficky zpracovaná vizuální tvář firmy. Firemní identita odráží hodnoty společnosti, její komunikaci a styl. Současný marketing se cíleně zaměřuje na budování značky. Důležité ale je uvědomit si, že hlavním záměrem strategického marketingu je budování identity firmy – a teprve to následně zahrnuje i budování značky. Strategickým marketingovým řízením firma cíleně posiluje svou identitu na trhu – a tím získává větší pozornost zákazníků a efektivněji využívá marketingový rozpočet. Nejdůležitější prvky firemní identity jsou jednotnost vzhledu a snadná rozpoznatelnost pro zákazníky, také správné zacílení firmy na trhu, oslovení zákazníků a usnadnění prodeje. A také nepostradatelné budování a prezentace silné a sebevědomé značky.

Kvalitní firemní identita a budování firemní image přináší společnosti řadu nesporných výhod. Patří mezi ně například dobře vybudovaná značka, která posílí pozici firmy na trhu. Jednotný vzhled všech propagačních a reklam-

**Kvalitní firemní identita a budování firemní image přináší každé firmě řadu výhod.**

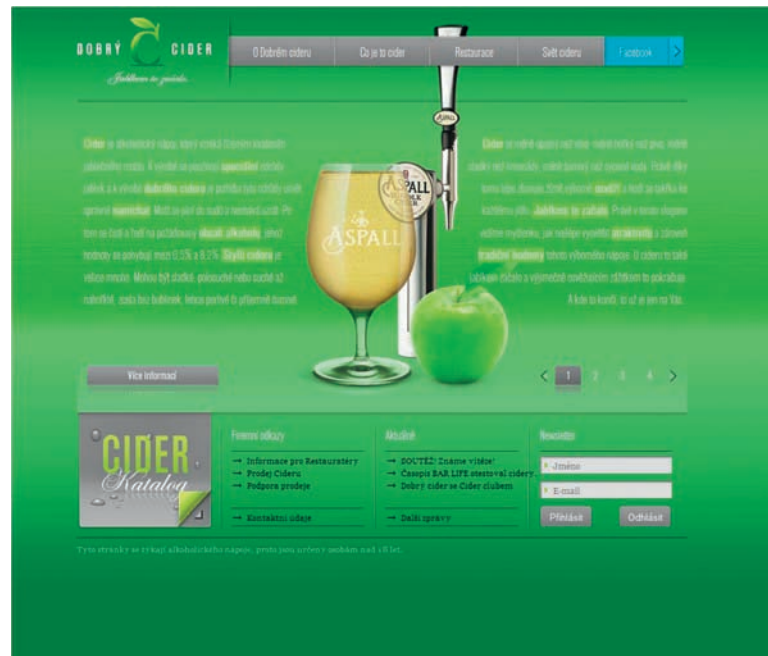
ních materiálů, všech komunikačních cest a prvků přinese zviditelnění firmy a usnadní komunikaci se zákazníky. Dobře vybudovaná značka umožňuje lépe budovat vztah se zákazníky a komunikovat výhody firmy snadněji a rychleji. Jednotná firemní image posílí pozici silného a stabilního partnera při obchodním jednání a také fungující jednotná a přehledná firemní prezentace podstatně šetří firmě náklady na propagaci. Proto byste měli promítnout firemní identitu i na svůj web. A to především kvůli důležitosti firemní identity a potřebnosti toho, být dnes na internetu nejen kvalitně prezentováni, ale také provozovat web s ohledem na potřeby firmy – tedy například na to, že si firma chce webovou prezentací vydělávat nebo chce díky internetu budovat svou image a vizi. Nebo spojit oba tyto cíle dohromady.



Webová prezentace firmy Amylon. ([www.amylon.cz](http://www.amylon.cz))

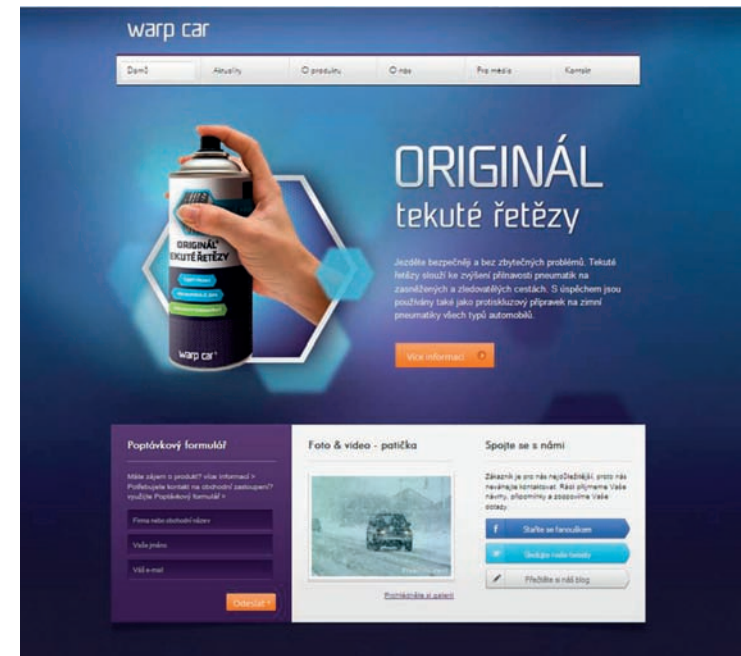
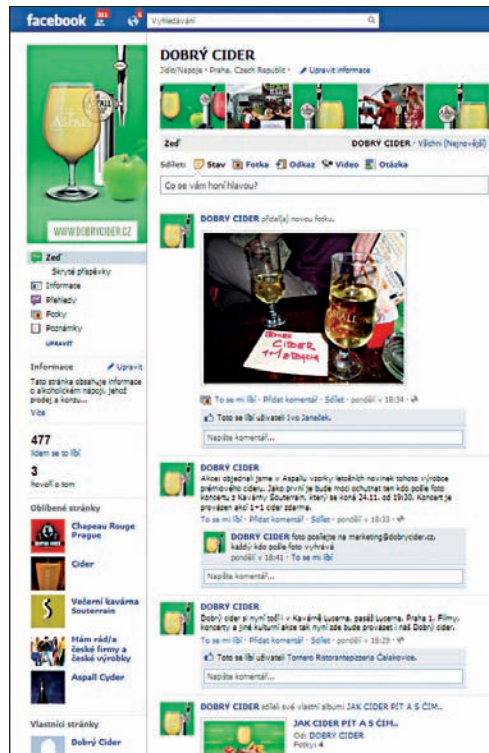


Facebooková prezentace firmy Amylon. (<https://www.facebook.com/Amylon>)



Webová prezentace firmy Dobry Cider. ([www.dobrycider.cz](http://www.dobrycider.cz))

Facebooková prezentace firmy Dobry Cider. (<https://www.facebook.com/DobryCider>)



Webová prezentace firmy Warp Car. ([www.tekuteretezy.cz](http://www.tekuteretezy.cz), [www.warpcar.cz](http://www.warpcar.cz))

Facebooková prezentace firmy Tekuté řetězy. (<https://www.facebook.com/tekuté-řetězy>)



### ► I pro malé začínající firmy

Jaké jsou tedy hlavní výhody kvalitních webových stránek? Patří mezi ně především:

- **prezentace** – na internetu je snazší a rychlejší než vizitka, letáček nebo reklama v tisku
- **zviditelnění** – kdo nemá vlastní webovou stránku, jako by ani nebyl
- **aktuální informace** – web nabízí nejrychlejší zveřejnění informací o vaší činnosti, službách a kvalitách

Webové stránky se očekávají od každé zavedené firmy, každý předpokládá, že své webové stránky má dnes firma, která je silná, stabilní, otevřená zákazníkům. I pro malou začínající firmu se kvalitní webové stránky vyplatí a umožní tak lépe rozjet podnikání. Rozjíždět firmu bez kvalitní webové prezentace je dnes zcela nemožné nebo hodně náročné a zdlou-

havé. A nesmíme zapomenout na získání nových zákazníků, a tedy zvýšení zisků, které kvalitní a dobře zpracované webové stránky umožňují.

### Pomůže vám také SEO optimalizace

Každá firma, která chce, aby její webová prezentace byla dobře vyhledatelná a byla na internetu vidět, musí přemýšlet o SEO optimalizaci. Nejlépe hned na začátku, kdy web připravuje, nebo při jeho inovaci. SEO optimalizace zajišťuje postup na přední příčky ve vyhledávacích. To je důležité pro každou firmu, která se chce na internetu prezentovat účinnou formou. SEO optimalizace stránek přivede nové zákazníky, čímž naplno využijete potenciálu své prezentace na internetu. Výhod, které tato optimalizace přináší, je mnoho, v první řadě zviditelnění vašeho webu ve vyhledávacích – zlepšit pozici vaší firmy podle klíčových slov ve

vyhledávacích. Díky správně zpracované SEO optimalizaci se zvýší návštěvnost webu a v další fázi udrží návštěvnost webu do budoucna. Z dalších výhod mohou jmenovat oslovení cílové skupiny vašich zákazníků a zvýšení hodnoty vašeho webu. A samozřejmě velice důležité snížení konečných nákladů na získání zákazníka. Ale to jsou jen hlavní výhody optimalizace, která přináší i další nadstavbu.

A co správa SEO optimalizace ve stručnosti zahrnuje?

- **copywriting** – tvorba nebo úprava textů v rámci marketingu a současně optimalizace textů pro vyhledávače se správným počtem klíčových slov
- **linkbuilding** – registrace do katalogů, blogů a výměna zpětných odkazů, publikace tiskových zpráv, PR článků a odborných textů, příspěvky do diskusí

- **on-page SEO optimalizace** – tedy SEO optimalizace prováděná přímo na dané stránce – úprava webu z hlediska správné struktury, navigace a zdrojového kódu a samozřejmě také úprava či doplnění nezbytných tagů a správného titulu stránky

S těmito úpravami samozřejmě také souvisí správně vložené a upravené obrázky, videa, odkazy a další. SEO optimalizace je dlouhodobým procesem údržby a podpory.

### Nezapomínejte na sociální síť

Na první pohled musí být web výjimečný ve svém oboru. Snažte se o to, aby váš web zaujal a potenciální zákazníci se na něj chtěli vracet. Nezapomínejte na to, že webová prezentace by měla vycházet ze strategického a moderního designu, který koresponduje s vaší firemní

identitou. Velký důraz byste měli klást na stručné a jasné texty, kterými komunikujete s potenciálními zákazníky. Webová prezentace musí být zaměřena přímo na zákazníky, a to jak na ty koncové, tak na ty z řad odběratelů a obchodníků, ale vždy s ohledem na cíl, který jste si pro web stanovili. Web musí nabídnout možnost získat novinky a aktuality z daného oboru pro všechny ty, kteří to od vás očekávají a vyžadují. I to je součástí budování silné identity vaší firmy a její nabídky.

Určitě nezapomínejte ani na Facebook a na ostatní sociální síť. Uvedu

příklad. U jednoho našeho klienta, firmy Amylon, byla prostřednictvím Facebooku oslovena v nejvyšší počtu skupina zákazníků ve věku nad 35 let. To dokazuje, že sociální síť již nejsou komunikačním kanálem nejmladší skupiny obyvatelstva, ale jsou využívány napříč generacemi. Tak rychle, jak se mění trh, jeho trendy a myšlení zákazníků, mění se i používání internetu a sociálních sítí. ■



## TEREZA SVOBODOVÁ

Marketingová specialista, majitelka firmy Strategy.cz a spoluzakladatelka projektu Marketing+Design (<http://www.mplustd.cz>). ✗

