Obsah

Základy, díky kterým vznikají stamilionové firmy 18

1. Uvědomění a myšlení marketéra – úvod do mindsetu úspěšného marketéra 20
1.0 Úvod do okruhu 21
1.1 Branding a síla značky: Opravdu je značka tak důležitá? Pro koho ano a pro koho ne? 24
1.2 Pochopení trhu a konkurence: Jak analyzovat trh, situaci na trhu a konkurenci? A jak toho využít? 25
1.3 Psychologie zákazníka: Porozumění motivaci zákazníka a procesu, kterým musí před nákupem projít 26
1.4 Nákupní proces zákazníka: Prakticky od začátku do konce 29
1.5 Data jako kompas: Ovládněte umění sběru a interpretace dat, aby vaše marketingová rozhodnutí byla vždy správná a dobře informovaná 30
1.6 Strategické plánování a cíle: Jak stanovit své cíle a dosahovat jich 31
1.7 Instinkt marketéra a cesta kreativity: Rozvíjení intuice a kreativní myšlení v marketingu 32
1.8 Etika a integrita v marketingu: Jak čestné jednání posiluje vaši značku a vztahy se zákazníky 33
1.9 Přijetí neustálé změny: Přežijí pouze přizpůsobiví 34
1.10 Trendy a budoucnost marketingu: Jak předvídat a reagovat na trendy ve světě marketingu 35
1.11 Shrnutí, cvičení a checklist 36

2. Psychologie prodeje: Umění přesvědčování – Jak pochopit a ovlivnit rozhodování zákazníka 40
2.0 Úvod do okruhu 41
2.1 Neodolatelná nabídka 44
2.2 Sociální důkaz a autorita: Jak kolektivní rozhodování a důvěryhodnost utvářejí preference zákazníků 45
2.3 Princip nedostatku: Vyvolání pocitu naléhavosti 46
2.4 Reciprocita a oddanost: Jak vzájemnost posiluje vztahy se zákazníky a vede k opakovaným nákupům 48
2.5 Jak na silné argumenty: Základ přesvědčivé argumentace 49
2.6 Strategie upsell a cross-sell: Techniky pro zvýšení hodnoty nákupu 50
2.7 Technika asociací: Jak spojit vaši značku s pozitivními emocemi a hodnotami . . 51
2.8 Relativita ve výběru: Umění nabízet možnosti a jak prezentace alternativ ovlivňuje výběr zákazníka. 52
2.9 Technika zarámování: Prezentace nabídky v nejlepším možném světle 54
2.10 Rozhodovací paralýza a kouzlo vyvážené nabídky: Jak zákazníkům pomoct s volbou a směrovat je k ideální možnosti 55
2.11 Shrnutí, cvičení a checklist 56

3. Strategie jako klíč k úspěchu 60
3.0 Úvod do okruhu 61
3.1 (My) Identita značky a celistvost brandu 64
3.2 (Oni) Persony a cílení na správné publikum. 65
3.3 (Produkt) Váš USP, vaše konkurenční výhoda: Definice a komunikace vašeho jedinečného prodejního argumentu 66

3.4 (Jak) Základní principy účinného obsahu: Co dělá obsah atraktivním a zapamatovatelným . . . 68
3.5 (Proč) Příběh a poslání: Srdce vaší firmy i obsahu . . . 69
3.6 (Kde) Distribuce a propagace obsahu: Strategie zviditelnění . . . 71
3.7 (S kým) Budování vztahů a komunity: Klíč k loajálním zákazníkům . . . 72
3.8 (Jak výkonněji) Měření a optimalizace: Cesta k neustálému zlepšování . . . 73
3.9 (Spojení) Integrace strategií: Vytváření synergie mezi obsahem, marketingem a prodejem . . . 74
3.10 (Akce) Z konceptu k realizaci: Vytváření akčního plánu pro vaši marketingovou a obsahovou strategii . . . 75
3.11 Shrnutí, cvičení a checklist . . . 76

4. Dominance na sociálních sítích: Jak získat přízeň algoritmů a ovládnout všechny platformy? . . . 80
4.0 Úvod do okruhu . . . 81
4.1 Pochopení publika a zkrocení algoritmů: Co potřebujete vědět pro úspěch na sociálních sítích . . . 84
4.2 Rozdíly v přístupu k platformám: Klíčové strategie pro Facebook, Instagram, TikTok, YouTube i LinkedIn . . . 85
4.3 Plánování a frekvence obsahu: Jak najít rovnováhu mezi kvalitou a kvantitou . . . 86
4.4 Opravdový důvod našeho působení na sítích: Chceme šmírovat lidi a bavit se! . . . 88
4.5 Engagement a interakce: Techniky pro zvýšení interakcí a zapojení uživatelů . . . 89
4.6 Křížové propagace a multiplatformní přístup: Synchronizace vaší značky napříč platformami . . . 90
4.7 Otisk značky na sociálních sítích: Budování a udržování image značky . . . 91
4.8 Vytváření a udržování komunity: Strategie pro budování aktivních a loajálních sledujících . . . 92
4.9 Optimalizace na sociálních sítích: Jak si vyladit profil nebo příspěvky k dokonalosti . . . 94
4.10 Inovace v sociálních sítích: Přijetí nových funkcí a trendů pro udržení konkurenceschopnosti . . . 95
4.11 Shrnutí, cvičení a checklist . . . 96

5. Web, který vydělává: Jak vytvořit web, který komunikuje, konvertuje a přináší zisk? . . . 100
5.0 Úvod do okruhu . . . 101
5.1 Průvodce jednoduchostí: Tvorba intuitivních a srozumitelných webů . . . 104
5.2 Blesková rychlost a univerzální dostupnost: Klíče k efektivnímu webdesignu . . . 106
5.3 Interaktivní prvky a zapojení: Jak malé detaily prodlužují čas na webu a motivují k akci . . . 107
5.4 Reference a sociální důkaz: Jak využít zpětnou vazbu k posílení důvěryhodnosti . . . 108
5.5 O nás pro vás lidsky a srozumitelně: Jak autentický příběh, transparentnost a prezentace týmu zvyšují důvěru . . . 110
5.6 Měření úspěšnosti webu: Jaké nástroje a metriky použít pro sledování výkonnosti webu . . . 111
5.7 Bezpečnost a důvěryhodnost: Jak chránit své návštěvníky a získat jejich důvěru . . . 112
5.8 Nejprofitabilnější konverzní taktiky: Efektivní strategie pro okamžité zvýšení prodejů 113
5.9 SEO jako základ viditelnosti: Jak se dostat ve výsledcích vyhledávání na první místa . . . 114
5.10 Automatizace a implementace AI: Jak naplno využívat dostupné technologie pro zlepšení zákaznického zážitku . . . 115
5.11 Shrnutí, cvičení a checklist . . . 116

6. Copywriting: Psaní, které prodává, a jak psát texty, které přemění čtenáře v zákazníky 120
6.0 Úvod do okruhu 121
6.1 Jak zaujmout a udržet pozornost: Porno a bulvár jako nejlepší škola chytlavých nadpisů 124
6.2 Texty, které rezonují: Psaní s ohledem na vaši cílovou skupinu a jak se dotknout jejích potřeb. 125
6.3 Fakta vysvětlují, emoce prodávají: Využití dat a emocí k vytvoření poutavého obsahu 126
6.4 Vlastnosti vs. benefity produktu: Jak transformovat technické specifikace na výhody, které rezonují s potřebami zákazníka 128
6.5 Pište, jak mluvíte: Jak vytvořit texty, které mluví jazykem vašich zákazníků a budují vztah. 129
6.6 Rozdíly v psaní textů na jednotlivých platformách: V čem se liší texty na FB, IG a YT? 130
6.7 Příběhy, které prodávají: Jak vytvářet příběhy, do kterých se lidé vcítí a které mění čtenáře v zákazníky 131
6.8 Vytvoření a testování efektivních CTA: Jak navrhnout výzvy k akci, které vedou k výsledkům 132
6.9 Reklamní texty a PPC: Základy psaní pro placené vyhledávání a jak na efektivní reklamní copy 134
6.10 SEO copywriting: Aby si vás zamilovaly i vyhledávače 135
6.11 Shrnutí, cvičení a checklist 136

7. Vizuální magnetismus: Umění zaujmout na první pohled 140
7.0 Úvod do okruhu 141
7.1 První dojem je klíčový: Jak vytvářet obsah, který přitáhne a udrží pozornost . . . 144
7.2 Kreativita a technické zpracování: Jak skloubit technickou dokonalost s kreativním přístupem 145
7.3 Vyprávění příběhů prostřednictvím videí: Jak vytvářet videoobsah, který rezonuje a přináší hodnotu 146
7.4 Audiovizuální synchronizace: Jak sladit obraz a zvuk pro posílení zážitku 148
7.5 Grafický design jako značkový posel: Jak využít grafiku pro posílení identifikace s vaší značkou. 149
7.6 Kompozice a styl: Základní principy pro silný vizuální výraz 150
7.7 Psychologie barev ve vizuálním marketingu: Jak barvy ovlivňují naše vnímání. . . 152
7.8 Postprodukce a finální úpravy: Jak dotáhnout vizuály k dokonalosti 153
7.9 Interaktivní a dynamický obsah: Jak použít interaktivní prvky a animace pro zapojení diváků 154
7.10 Vliv vizuálního brandingu na rozhodování spotřebitele. 155
7.11 Shrnutí, cvičení a checklist 156

8. Umění online reklamy: Jak na efektivní digitální kampaně 160
8.0 Úvod do okruhu 161
8.1 Vyhledávací reklama a pochopení PPC 164
8.2 Algoritmy a faktory ovlivňující cenu za proklik: Jak platit co nejméně a přitom získávat zákazníky 165
8.3 Jak postavit funkční PPC reklamu: Klíčová slova a struktura účtu. 166
8.4 Personalizace reklam: Reklamy, které pronásledují 169
8.5 Ovládnutí vyrušovací reklamy: Meta Business Manager jako nejlepší kamarád . . . 170
8.6 Reklama, která zaujme, udrží pozornost a prodá: Tajemství úspěchu skrze poutavé příběhy 171

8.7 Cílení, segmentace a retargeting: Jak efektivně cílit na správné publikum 172
8.8 Optimalizace reklam pro maximální dopad: Analýza výkonu kampaní a upravování strategií na základě relevantních výsledků. 173
8.9 Strategie reklamy pro TikTok a další rostoucí platformy 174
8.10 Mobilní marketing a aplikace: Specifika reklamy v mobilním prostředí a jak cílit na uživatele aplikací 175
8.11 Shrnutí, cvičení a checklist 176

9. E-mailový marketing a udržování vztahů: Strategie pro maximální angažovanost a loajalitu 180
9.0 Úvod do okruhu 181
9.1 Databáze nad zlato: Jak získávat kontakty a budovat si profitabilní databázi 184
9.2 E-mailový marketing: Více než jen odesílání zpráv 185
9.3 Automatizace a cílení: Klíč k efektivitě 186
9.4 Obsah, který rezonuje: Tvorba hodnotných e-mailů 188
9.5 Zapojení a interaktivita: E-maily, které lidé čtou a reagují na ně. 189
9.6 Odměny skrze věrnostní programy: Budování dlouhodobé angažovanosti 191
9.7 Měřte svůj úspěch: Analýza a optimalizace e-mailových kampaní 192
9.8 V mezích zákona: Spamové filtry a právní aspekty e-mailového marketingu 193
9.9 Probuzení spících zákazníků a udržování zdravé databáze 194
9.10 Dopisy: Stále efektivnější, než si myslíte 195
9.11 Shrnutí, cvičení a checklist 196

10. Budoucnost marketingových strategií: Influenceři a umělá inteligence 200
10.0 Úvod do okruhu 201
10.1 Jak vybrat správného influencera pro váš brand: Proč jsou občas ti s menším zásahem lepší? 204
10.2 Příprava na spolupráci s influencery: Jakých cílů chcete dosáhnout, co můžete nabídnout a jak by měla spolupráce vypadat? 206
10.3 Důvěřujte a nechte si poradit: Komunikaci nechte na odbornících 207
10.4 Měřitelná návratnost: Kontrola a vyhodnocení úspěšnosti vaší influencerskomarketingové kampaně 208
10.5 AI v marketingu: Význam, základní principy a myšlení v kontextu 209
10.6 Přehled AI nástrojů pro zjednodušení života a zefektivnění aktivit 211
10.7 Zlepšování zákaznické zkušenosti díky AI 212
10.8 Optimalizace webových stránek pomocí AI 213
10.9 Personalizace a segmentace zákazníků pomocí AI 214
10.10 Automatizace a efektivita marketingových kampaní 215
10.11 Shrnutí, cvičení a checklist 216

O autorovi a knize 222
Nezapomeňte, že 225
Certifikát 226
Poděkování 227