



- Definujte si svoje místo mezi konkurencí** a prohlédněte si nabídky jiných agentur v podobném stádiu vývoje.
- Definujte svoje lidské zdroje a možnosti** – nabídka by měla být tak široká, jak to dovolují možnosti vaší agentury.
- Uveďte seznam všech služeb**, které můžete klientovi nabídnout, a rozdělte je do kategorií – pomůže vám to určit strukturu vaší nabídky (**příklad č. 1 pod checklistem**).
- Identifikujte služby, které vaši klienti využívají nejčastěji**. Na základě toho můžete vaše služby shrnout do několika balíčků: od nezákladnější služby až po komplexní balík vašich služeb (**příklad č. 2 pod checklistem**).
- Připravte nabídku předplatného** pro ty klienty, jejichž zájem přesahuje rámec realizace jednotlivých kampaní. Spočítejte si, kolik času, prostředků a práce je průměrně potřebné na cyklické vykonávání jednotlivých činností, na základě toho stanovte minimální měsíční rozpočet včetně rozpočtu agentury.
- Dejte klientovi více možností na výběr**. Podobně jako v případě balíčků služeb by příjemce měl mít k dispozici různé možnosti předplatného.
- Posudte ziskovost konkrétních služeb** a upřednostněte ty, které vám přinášejí největší výhody. Pro tuto klasifikaci můžete použít matici BCG (např. hvězdy, dojně krávy, otazníky, psy).



#TIP

Připravte si jen balíčky, které obsahují předplatné služby. Nomenklatura se liší, důležité je však jasně vysvětlit druh a frekvenci balíčků služeb, které klientovi nabízíte.

- Veźměte v úvahu různé fáze projektu**, např. vývoj webové stránky klienta. Vytvoření image značky na webu si od začátku vyžaduje mnohem víc práce, než pokračování probíhající komunikace. Nabídku tedy můžete rozdělit také v závislosti na stádiu vývoje firmy / produktu klienta.

- Popis služeb.** Je vhodné, aby nabídka služeb prezentovaná na webové stránce agentury, obsahovala krátký popis nebo odkazy na popisy jednotlivých služeb. Naopak nabídka zasláná přímo klientovi v PDF souboru by měla být podrobnější a měla by obsahovat pouze potřebné informace podané srozumitelným způsobem.

#TIP

Máte zájem zkusit možná interaktivnější formu nabídky? Uživatele můžete provést jednoduchým formulářem a v této fázi automaticky upravit určité prvky nabídky (**příklad č. 3 pod checklistem**).



- Zdůrazněte svou důvěryhodnost** – vaše nabídka by měla obsahovat nejen typy služeb a balíčků, ale i dosažené výsledky, např. ve formě případových studií (**příklad č. 4 pod checklistem**).
- Jestliže požadujete **minimální rozpočet**, informujte o tom klienta hned na začátku, v první fázi nabídky.
- Nezapomeňte do své nabídky přidat i některé personalizované služby**, které poskytujete nebo můžete poskytnout, například: konzultace, průzkum trhu / konkurence, porovnávací analýza webových stránek a jiné.
- Pokud provozujete širokou škálu aktivit na sociálních sítích, **můžete nabízet samostatné balíčky pro jednotlivé sociální sítě** a platformy.
- Vaše nabídka by měla obsahovat **způsob platby**, frekvenci a typ smlouvy.
- Nabídka by měla být srozumitelná.** Zvažte prezentaci jejích prvků ve formě tabulek, diagramů a infografik.
- Schéma spolupráce** – vyplatí se ji prezentovat spolu s nabídkou. Jasná pravidla spolupráce vzbuzují důvěru potenciálních klientů. (**příklad č. 5 pod checklistem**).
- Na stránku nabídky můžete přidat krátkou sekci **Otázky a odpovědi**, které se týkají spolupráce.
- Ujistěte se, že vaše nabídka obsahuje CTA (výzvu na akci)** na kontaktování / objednání. CTA by měly být umístěné na každé podstránce nabídky a 2-3 krát se zopakovat na stránce v případě, pokud je rozsáhlá.

Inspirujte se!

Příklad č. 1. Služby rozdělené do kategorií:

2. ONLINE (DIGITAL) MARKETING

O co vše se Vám můžeme postarat, co pro Vás můžeme vyrobit nebo nastavit, a to nejen z oblasti digitálního marketingu.



Sociální média

Sociální sítě (Facebook a další) jsou pro některé služby a produkty neoddělitelnou součástí. Buďte vidět tam, kde se nachází Vaše cílová skupina a zaujměte ji svými sděleními.



Tvorba a správa webových stránek

Zlepšete svoji webovou prezentaci kvalitními stránkami splňujícími nejmodernější trendy digitálního marketingu.



Reklama na internetu

Chcete být vidět na internetu? Přejete si, aby Vás klienti našli? Využívat reklamní systémy jako Google Ads, Sklik, Facebook a další? Pomůžeme Vám s vyhledávacími a obsahovými kampaněmi, produktovými reklamami a dalším.

Zdroj: [agentura Skvělý marketing](#)

Online marketing



Správa PPC kampaní

Efektivní PPC kampaně jsou nejrychlejším online nástrojem pro získání obchodů nejen pro internetové obchody, ale pro všechny typy firem. Služby či produkty dnes na internetu... [více](#)



Správa sociálních sítí

Firemní profil na Facebooku, Instagramu nebo Linkedlnu už dávno není jen možností, ale téměř povinností. Sociální sítě přinášejí do firemní komunikace nový rozměr a přímou interakci... [více](#)

Foto a video studio



Reklamní a produktové fotografie

Reklamní a produktové fotografie nejsou jen aktem zmáčknutí spouště. Pro vydařenou fotografii je toho třeba udělat mnohem více, od pečlivě provedených přípravných prací, castingu, samotného... [více](#)






Firemní a reklamní spoty

Dobře zpracované a poutavé videoprezentace či reklamní spoty účinně podporují marketingovou strategii firmy. V posledních letech roste oblíbenost videospotů v kombinaci se službou YouTube a sociálními sítěmi. Firemní video... [více](#)

Zdroj: [agentura ImperialMedia](#)

Príklad č. 2. Balíky služeb:

 BASIC < 7 000 Kč za měsíc Př.: Optimalizace základních PPC kampaní na Google a Seznamu, optimalizace jednoho zboží srovnávače, vývoj a testování nových SAAS nástrojů v online, analytika, reporting. Vhodné pro začínající nebo menší podnikatele či k otestování našich služeb. KONZULTACE	 BUSINESS < 12 000 Kč za měsíc Př.: Sociální sítě, optimalizace PPC kampaní ve vyhledávačích a zboží srovnávačích, e-mail marketing, vývoj a testování nových SAAS nástrojů a kanálů v online, analytika, reporting, pravidelné online/osobní konzultace. Vhodné pro firmy, které to v onlinu myslí vážně. KONZULTACE	 ENTERPRISE < 25 000 Kč za měsíc Př.: Časově náročnější kampaně na sociálních sítích, optimalizace složitějších PPC kampaní ve vyhledávačích a zboží srovnávačích, brandingové kampaně, Off-page SEO, e-mail marketing, hledání a testování nových SAAS nástrojů a kanálů v online, analytika, reporting, pravidelné online/osobní konzultace. Důraz na maximální vytěžení všech smysluplných kanálů. KONZULTACE
---	---	--

Zdroj: [agentura FILIPES MEDIA](#)

Príklad č. 3. Alternativní forma předložení nabídky vyplněním jednoduchého formuláře:

Nezávazná poptávka — Napište nám a my se vám ozveme zpět ✕

Jméno *	Příjmení *	E-mail *	Telefon *
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Prostor pro vaši zprávu

Rádi se staneme hybnou silou pro váš online. Napište nám, s čím potřebujete pomoci.

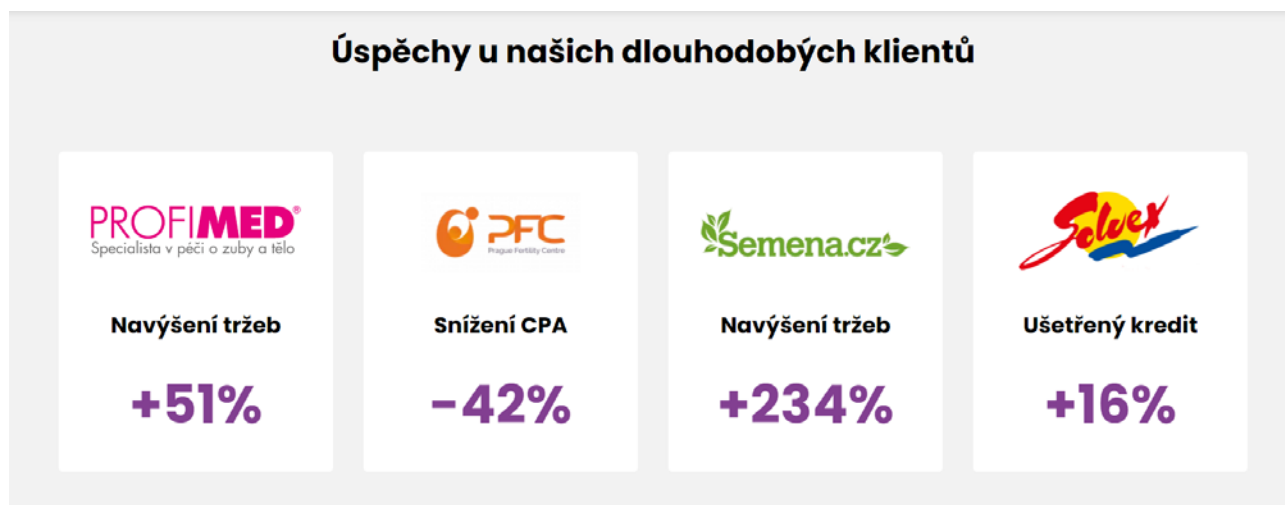
Máte-li brief nebo zadání, pošlete nám ho

No file chosen

[+ Přidat další přílohu](#)

Zdroj: [agentura HI](#)

Príklad č. 4. Výsledky agentury jsou na webové stránce prezentované v číslech / najdete tam ukázky case studies:



Zdroj: [agentura Effectix](#)



Společnosti China Eastern Airlines plníme letadla >



Karlovarskému kraji jsme pomohli rozprodit cestovní ruch >



Pro Amazon jsme nabrali 4 000 zaměstnanců ročně >

Zdroj: [agentura Besocial](#)

Příklad č. 5. Na stránce najdete schéma spolupráce mezi agenturou a klientem:

Tvorba marketingové strategie

- > Začneme společným workshopem
- > Uděláme SWOT analýzu vaší firmy
- > Podíváme se na zoubky vaší konkurenci.
- > Prozkoumáme, kdo jsou vaši zákazníci.
- > Zaměříme se na vaše produkty a služby.
- > Provedeme marketingový audit vaší firmy.
- > Stanovíme si marketingové cíle.
- > Určíme vhodné taktiky pro dosažení cílů.

Zdroj: [agentura Foxy](#)

Jak děláme PPC?

Ke každému projektu přistupujeme individuálně.

1

První osobní schůzka

Sejdeme se s vámi a zjistíme veškeré nutné informace jako je: kdo je Vaším zákazníkem, kdo je Vaše konkurence, jaké máte marže, jaké máte představy o spolupráci, cíle, předchozí marketingové aktivity apod.

2

Vytvoření nabídky

Na základě informací z osobní schůzky připravíme nabídku, která je vytvořena přímo na míru konkrétnímu projektu. Navrhne rozpočty a postup první fáze naší spolupráce. Případně připravíme mediaplán apod.

3

Příprava kampaně

Nastavíme veškeré cíle v Google Analytics, implementujeme měřicí kódy, připravíme remarketing a vytvoříme první návrh kampaně tak, abychom získali větší počet konverzí na Vaši stránku.

4

Spuštění kampaně

Kampaně spouštíme po Vašem souhlasu. Fungují ihned po zaplacení potřebného kreditu a zahájení. Kampaně je možné snadno editovat, úpravy se zobrazí většinou během několika minut.

5

Kontrolní schůzka

Po 14 dnech od spuštění kampaně, až budeme mít dostatek relevantních dat, prodiskutujeme dosavadní výsledky a navrhne další postup. Na získané výsledky dokážeme okamžitě reagovat a případně upravit rozpočty či hledat nové kanály.

6

Denní optimalizace

Cílem je maximalizovat návratnost investic, většinou je cílem maximalizovat obrát. Vždy dělíme kampaně na výkonové a brandové. Optimalizujeme na všech úrovních – cena za proklik, cena konverze, maximalizace tržeb.

Zdroj: [agentura Henceforth](#)