

# Jak s pomocí AI tvořit marketingovou strategii

*Jak to řeší marketingový stratég*

→ online marketingový stratég → [www.krutis.com](http://www.krutis.com) → @krutis → [linkedin.com/in/krutis](https://linkedin.com/in/krutis)

# MARKET SHARE



Kdo jsme

- Brand
- Produkty, Ceny
- Cíle

Pro koho

- Zákazníci

Co

- Web a Produkty
- Obsah

Kudy

- Marketingové kanály
- Cestičky a pastičky

Výsledky

- KPI
- Analytika

STRATEGIE

PLÁN

Kdo jsme

- Brand
- Produkty, Ceny
- Cíle

Pro koho

- Zákazníci

Co

- Web a Produkty
- Obsah

Kudy

- Marketingové kanály
- Cestičky a pastičky

Výsledky

- KPI
- Analytika

STRATEGIE

PLÁN

# Dnešní cíle: Jak s použitím AI:

1. pochopit cílovou skupinu
2. vytvořit vstupní stránku
3. vytvořit obsah pro marketingové kanály

Kdo jsme

- Brand
- Produkty, Ceny
- Cíle

Pro koho

- Zákazníci

Co

- Web

Kudy

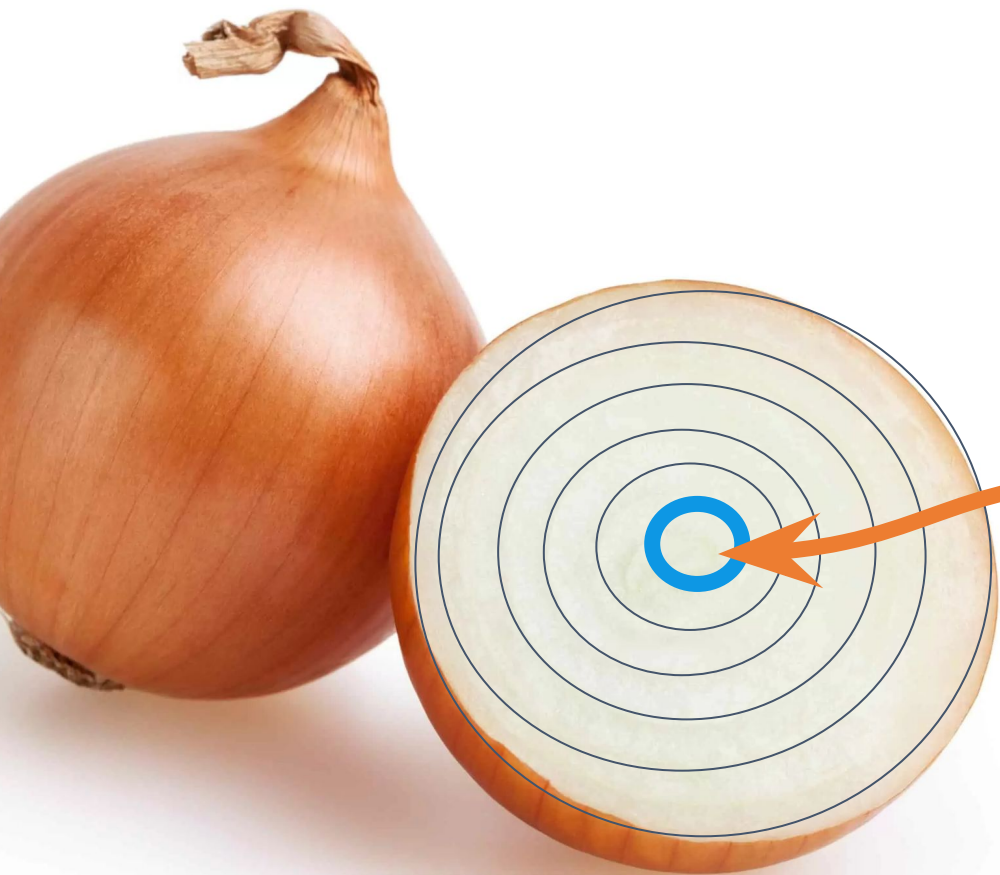
- Marketingové kanály
- Cestičky a pastičky

Výsledky

- KPI
- Analytika

STRATEGIE

PLÁN

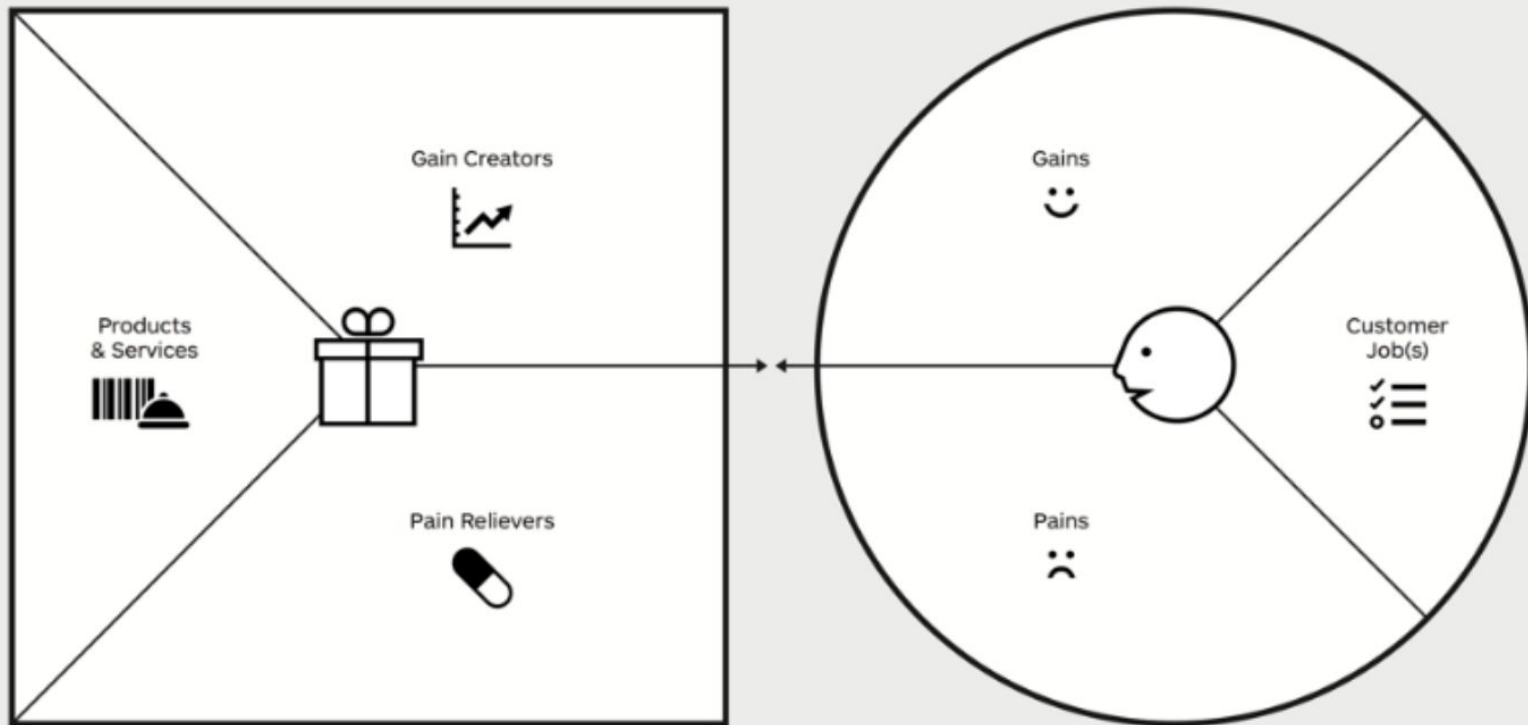


Vyberte  
**nejefektivnější**  
í zákazníky

# The Value Proposition Canvas

Value Proposition

Customer Segment



# VPC: 1. krok - prompt pro AI (1.)

*Zeptej se uživatele na následující informace:*

- 
1. **Odvětví firmy**, ve kterém podniká.
  2. **Produkt** nebo službu, kterou chtějí prodat.
  3. **Popis cílové skupiny** (demografie, chování, potřeby).

# VPC: 1. krok - prompt pro AI (2.)

*Po obdržení odpovědí:*

- 
- *Vytvoř návrhy pro vyplnění **Value Proposition Canvas** (VPC) specificky pro jejich produkt a cílovou skupinu.*
  - *Zanalyzuj poskytnuté informace a identifikuj klíčové práce, bolesti a zisky pro profil zákazníka.*
  - *Na základě profilu zákazníka navrхни **produkty a služby, zmírňovače bolesti a tvůrce zisků pro hodnotovou nabídku.***



## How can I help you today?

Zeptej se uživatele na následující informace:

Odvětví firmy, ve kterém podniká.

Produkt nebo službu, kterou chtějí prodat.

Popis cílové skupiny (demografie, chování, potřeby).

Po obdržení odpovědí:

Vytvoř návrhy pro vyplnění Value Proposition Canvas (VPC) specificky pro jejich produkt a cílovou skupinu.

Zanalyzuj poskytnuté informace a identifikuj klíčové práce, bolesti a zisky pro profil zákazníka.

Na základě profilu zákazníka navrhni produkty a služby, zmírňovače bolesti a tvůrce zisků pro hodnotovou nabídku.



## VPC: 2. krok - popis cílovky (1.)



***“Kdo jsme:*** Firma se jmenuje Datinn. Provozuje mobilní aplikaci pro online seznamování.

***Co děláme:*** Cílem aplikace je pomoci mužům seznámit se s ženami. Nejde o seznamování s cílem jednorázového potěšení, ale jde o dlouhodobý vztah.

## VPC: 2. krok - popis cílovky (2.)



***Výhody:*** Ženy jsou motivovány i odměnami, aby s muži mluvily. To pomůže odstranit problém, který muži mají, když se seznamují na jiných seznamkách = nedostávají odpovědi nebo jsou to odpovědi od fake profilů.

## VPC: 2. krok - popis cílovky (3.)



***“Cílová skupina: muž, 30-45 let, střední třída, velké město, má zkušenost z jiných seznamovacích aplikací, chce partnerku, je osamocený.”***

“Kdo jsme: Firma se jmenuje Datinn. Provozuje mobilní aplikaci pro online seznamování. Co děláme: Cílem aplikace je pomoci mužům seznámit se s ženami. Nejde o seznamování s cílem jednorázového potěšení, ale jde o dlouhodobý vztah. Výhody: Ženy jsou motivovány i odměnami, aby s muži mluvily. To pomůže odstranit problém, který muži mají, když se seznamují na jiných seznamkách = nedostávají odpovědi nebo jsou to odpovědi od fake profilů. “Cílová skupina: muž, 30-45 let, střední třída, velké město, má zkušenost z jiných seznamovacích aplikací, chce partnerku, je osamocený.”



ChatGPT can make mistakes. Consider checking important information.

# Výstup:

## Profil zákazníka

### Klíčové práce (Jobs to be done)

- Najít dlouhodobého partnera pro vážný vztah.
- Komunikovat s reálnými ženami, ne s fake profily.
- Překonat osamělost a najít spřízněnou duši.
- Zlepšit sociální a emoční aspekty svého života.

### Bolesti (Pains)

- Nedostatek odpovědí od žen na jiných seznamovacích aplikacích.
- Čas a energie ztracené komunikací s fake profily.
- Frustrace z opakovaných neúspěchů při hledání partnera.
- Pocit osamělosti a izolace.

### Zisky (Gains)

- Zvýšení šancí na nalezení dlouhodobého partnera.
- Kvalitní komunikace s reálnými lidmi.
- Pocit spokojenosti a štěstí z budování smysluplných vztahů.
- Snížení pocitu osamělosti.

## Hodnotová nabídka

### Produkty a služby

- Mobilní aplikace pro online seznamování se zaměřením na dlouhodobé vztahy.
- Verifikační procesy pro eliminaci fake profilů.
- Systém odměn pro ženy, který motivuje k odpovídání a udržuje aktivní komunikaci.

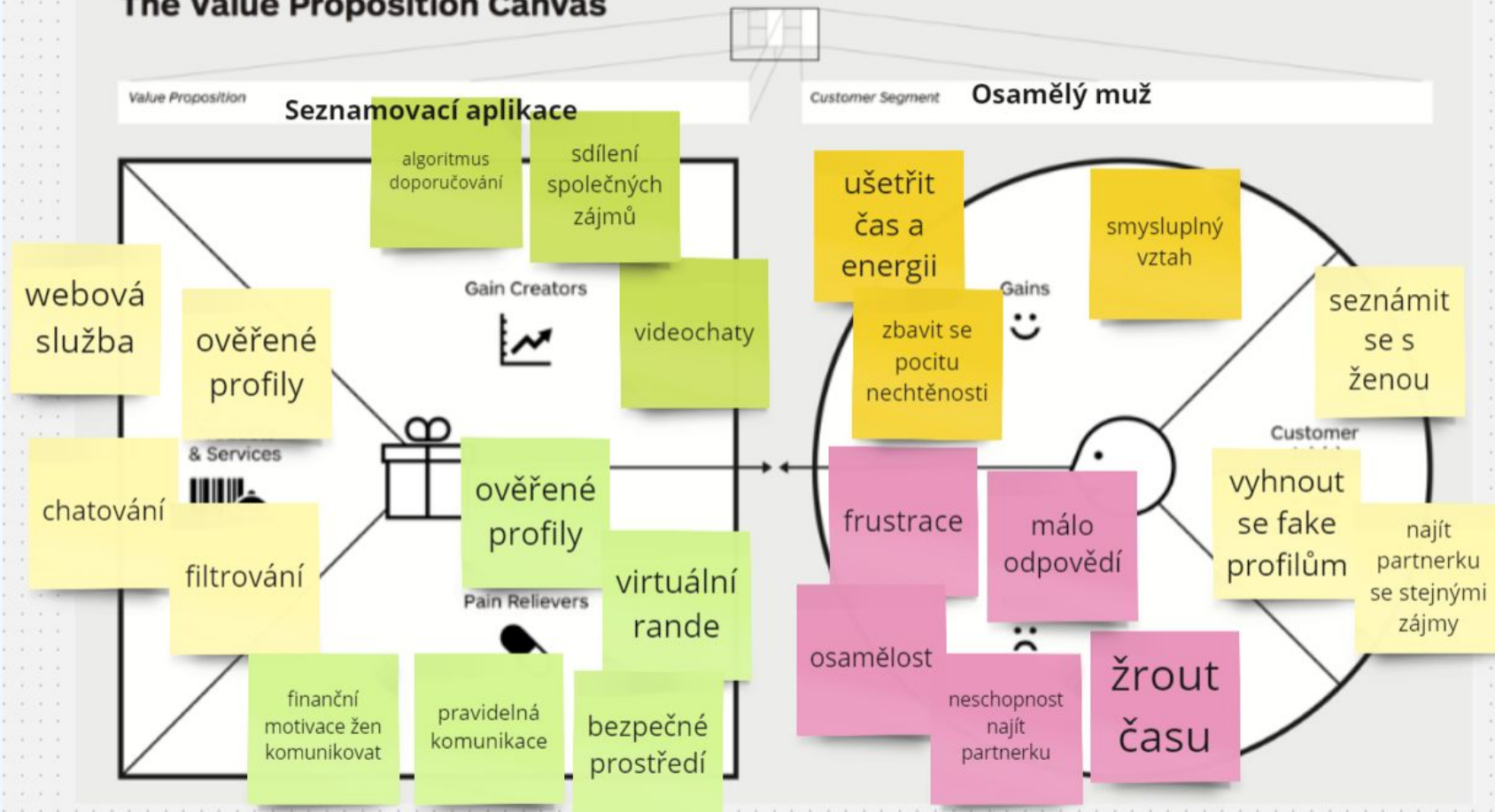
### Zmírňovače bolesti (Pain Relievers)

- Zajištění, že všechny profily jsou reálné a ověřené, což snižuje ztrátu času a frustraci.
- Poskytování tipů a rad pro efektivní online seznamování, které zvýší šance na úspěch.
- Vytváření bezpečného a přátelského prostředí pro uživatele.

### Tvůrci zisků (Gain Creators)

- Unikátní vlastnosti aplikace, které usnadňují nalezení dlouhodobého partnera (např. pokročilé vyhledávání podle kompatibility).
- Systém odměn pro ženy, který podporuje aktivní a smysluplnou komunikaci.

## The Value Proposition Canvas





# Obsahový framework PASTOR

6 navazujících fází:

1. **Problem**

Identifikace problému, se kterým se zákazník potýká

2. **Amplify**

Zesílení problému, aby si zákazník uvědomil důležitost řešení

3. **Solution**

Představení řešení, které nabízíme

4. **Testimonials**

Použití referencí a doporučení od spokojených zákazníků

5. **Offer**

Vyřešení námitek, které zákazník může mít vůči našemu řešení

6. **Response**

Získání závazku od zákazníka a uzavření prodeje

# PASTOR: 1. krok - prompt pro AI (1)



*Jsi můj copywriter. Potřebuji od tebe napsat konkrétní text nové stránky. Nejdříve se mě zeptáš na vstupní informace. Až je dostaneš, tak text napíšeš.*

*Níže je tvůj úkol:*

*Zeptám se tě na vstupní data, které budou ve struktuře frameworku VPC - Value proposition canvas.*

*Zeptám se tě, co je cílem nové vstupní stránky.*

# PASTOR: 1. krok - prompt pro AI (2)



*Následuje druhý úkol: Až získáš odpovědi, vytvoříš v dalším kroku text. Na základě vstupních dat navrhnu texty nové vstupní stránky, která odpovídá **zadání z VPC frameworku a stanovenému cíli**.*

*Text stránky bude strukturován podle **modelu PASTOR**, kde každá část obsahuje hlavní nadpis, podnadpis a 3-7 vět obsahu.*

*Pastor model je navazující obsah stránky: Problém zákazníka, Amplify - Zesílení problému. Solution - řešení, které nabízíme, Testimonials spokojených zákazníků, Objection handling - Vyřešení námitek potenciální zákazníků, Response - Získání závazku od zákazníka.*

## Máš seznamování plné zuby?

Znáš to – další večer, další procházení seznamovacích aplikací a zase nic. Jsi unavený z posílání zpráv do prázdna, kdy na druhé straně nikdo neodpovídá. Víme, jak frustrující to může být. Profily, které vypadají skvěle, ale žádná odezva. Začínáš cítit, že tvůj čas a úsilí jsou promarněné. Představ si, že bys mohl mít jistotu, že tvoje zprávy nejsou ignorovány, že máš šanci najít někoho, kdo hledá to samé co ty. Tento příběh je pro mnoho mužů každodenní realitou, ale co když by to mohlo být jinak?

Text tlačítka: Chci se skutečně seznámit!

Cítíš se neviditelný?

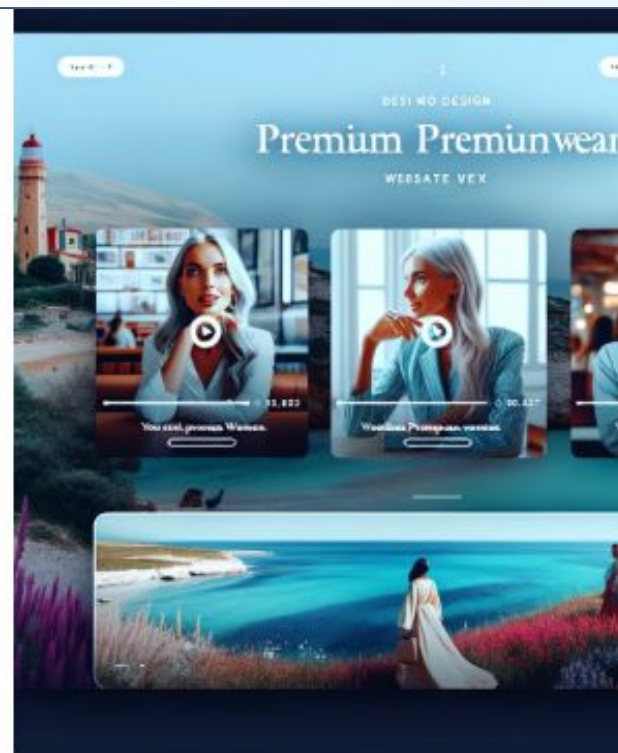
Unavuje tě marné čekání na odpověď? **Unavuje tě, že tvoje vysněné ženy tě přehlíží?** Uvědomuješ si, že čím déle zůstáváš na těchto platformách, tím větší je tvoje zklamání? Každý swipe, každá nezodpovězená zpráva zvyšuje tvůj pocit osamělosti. Je to jako běhat v kruhu – stále stejné profily, stále stejná ignorace. Možná začínáš pochybovat o sobě, o tom, jestli vůbec máš šanci najít pravou partnerku. Cítíš se jako bys byl na bludném kruhu nekonečného hledání a zklamání. Představ si, že bys měl jistotu, že tvé zprávy budou brány vážně, že nejsi jen další tvář v davu. Tento pocit neustálého zklamání a nejistoty může mít



Platforma DATINN tě připojí **jen** k prémiovým ženám, které jsou autentické, reálné a touží po smysluplném spojení. Nebudeš trávit večery sám, získáš status a sebevědomí. Zapomeň na zoufalství a frustraci. S námi najdeš ženu snů, která ti bude pravidelně odpovídat a společně můžete budovat dlouhodobý vztah.

Podívej se na pár ukázek žen, které můžeš v Datinn potkat.

*Grafický prvek videí, kde se v různých prostředích prezentují prémiové ženy.*



aplikace nabízí jiný zážitek - jen prémiové a realné ženy, které se chtějí seznámit.

Problém: "Už jsem vyzkoušel mnoho platform, všechny jsou stejné."

1. Odpověď: "Datinn je unikátní díky svému přístupu a exkluzivitě."

Problém: "Nevím, co napsat ženě, abych jí zaujal."

1. Odpověď: "Nabízíme konverzační tipy a možnost posílat dárky pro zaujetí pozornosti."

Problém: "Myslím, že nemám šanci u krásných žen."

1. Odpověď: "Naše platforma ti umožní najít ženy, které ocení tvou osobnost a hodnoty."

Problém: "Co když na mě žádná žena nereaguje?"

1. Odpověď: "Zajišťujeme, že většina tvých zpráv bude zodpovězena."

Problém: "Bojím se podvodů."

1. Odpověď: "Naší garancí je důkladné ověření profilů a transparentní komunikace. Datinn vznikl právě kvůli podvodným seznámkám a podvodným profilům. Přinášíme změnu."

Nečekej na zázrak, staň se jeho součástí

Už žádné večery plné zklamání a procházení profilů, které nikam nevedou. Je na čase začít novou kapitolu tvého života. Připoj se k nám na Datinn a zažij, jaké to je mít jistotu a pozornost od žen, které odpovídají tvým představám. Představ si, že skoro každá zpráva, kterou pošleš, dostane smysluplnou a upřímnou odpověď. Představ si pocit, když najdeš někoho, kdo ti opravdu rozumí a sdílí tvé hodnoty. Na Datinn to není jen sen, ale realita. Připoj se nyní a začni psát svůj příběh úspěchu s námi. Najdi si prémiovou ženu, která tě bude cenit a s kterou můžeš sdílet svůj život.

Text tlačítka: Začni svůj příběh nyní



# Výsledná stránka

**WWW.....**





Posilte  
“cestičky a  
pastičky”

# Kanály: 1. krok - prompt pro AI



*Potřebuji od tebe napsat návrh konkrétních marketingových kanálů, díky kterým přivedu na web více potenciálních zákazníků.*

*Přečti si stránku [www.muji-web.cz](http://www.muji-web.cz) a podle obsahu navrhní konkrétní marketingové kanály.*

# Navržené marketingové kanály

## 1. Online marketing:

**PPC reklama:** Cílené reklamy na Google Ads a Facebooku.

**Bannerová reklama:** Umístění bannerů na webech s relevantní tematikou (např. seznamky, lifestyle weby).

**Sociální sítě:** Aktivní správa profilů na Facebooku a Instagramu.

**Content marketing:** Vytváření a sdílení blogových příspěvků a článků o tématech relevantních pro cílovou skupinu (např. tipy na seznamování, budování vztahů).

**Influencer marketing:** Spolupráce s influencery na sociálních sítích, kteří osloví cílovou skupinu a propagují aplikaci.

## 2. Offline marketing:

**Event marketing:** Účast na seznamovacích a společenských akcích, propagace aplikace a rozdávání propagačních materiálů.

**PR:** Tisková zpráva o spuštění aplikace a oslovování relevantních médií.

### Další marketingové aktivity:

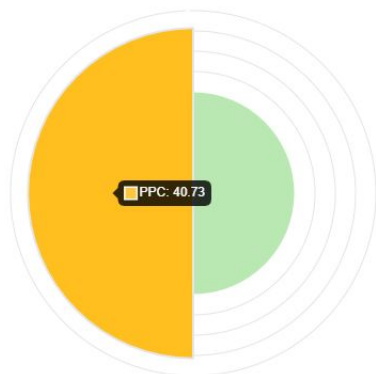
**SEO:** Optimalizace webu a aplikace pro vyhledávače.

**E-mail marketing:** Vytvoření e-mailingové kampaně pro oslovení potenciálních zákazníků.

**Virtuální rande:** Pořádání online seznamovacích akcí pro uživatele aplikace.

# Marketingová zralost projektu

## Index zralosti projektu dle map



SEO

25.14%  
+20.26%

PPC

40.73%  
+36.86%

|                         | 1: Nahodilá | 2: Základní | 3: Zavedená | 4: Pokročilá | 5: Komplexní | 6: Vzácná |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|-----------|
| ▶ On-page optimalizace  | 2           | 12 5 3      | 3 27        | 22           | 9            | 6         |
| ▶ Obsah                 | 1           | 8 4         | 5           | 9            | 8            | 5         |
| ▶ Technické řešení webu | 5 11 1      | 12 7 4      | 1 20 1 1    | 8            | 2            |           |
| ▶ Indexovatelnost webu  | 2 1         | 14          | 20          | 3            | 3            | 2         |
| ▶ Spolupráce            | 1           | 5           | 4           | 7            | 5            | 1         |
| ▶ Zpětné odkazy         | 7 1         | 2 5 1       | 17          | 10           | 7            | 7         |
| ▶ Vyhodnocování         | 1 1         | 6 4 1       | 15          | 6 1          | 7            | 1         |
| ▶ Řízení                |             | 1           | 3           | 1            | 1            |           |
|                         | 1: Nahodilá | 2: Základní | 3: Zavedená | 4: Pokročilá | 5: Komplexní | 6: Vzácná |



# Marketing Mapy



# Kanály: prompt pro AI



*Přečti si stránku [www.muji-web.cz](http://www.muji-web.cz)  
a pro níže uvedené marketingové  
kanály vytvoř tabulku hlavních  
marketingových KPI, které mám  
sledovat.*



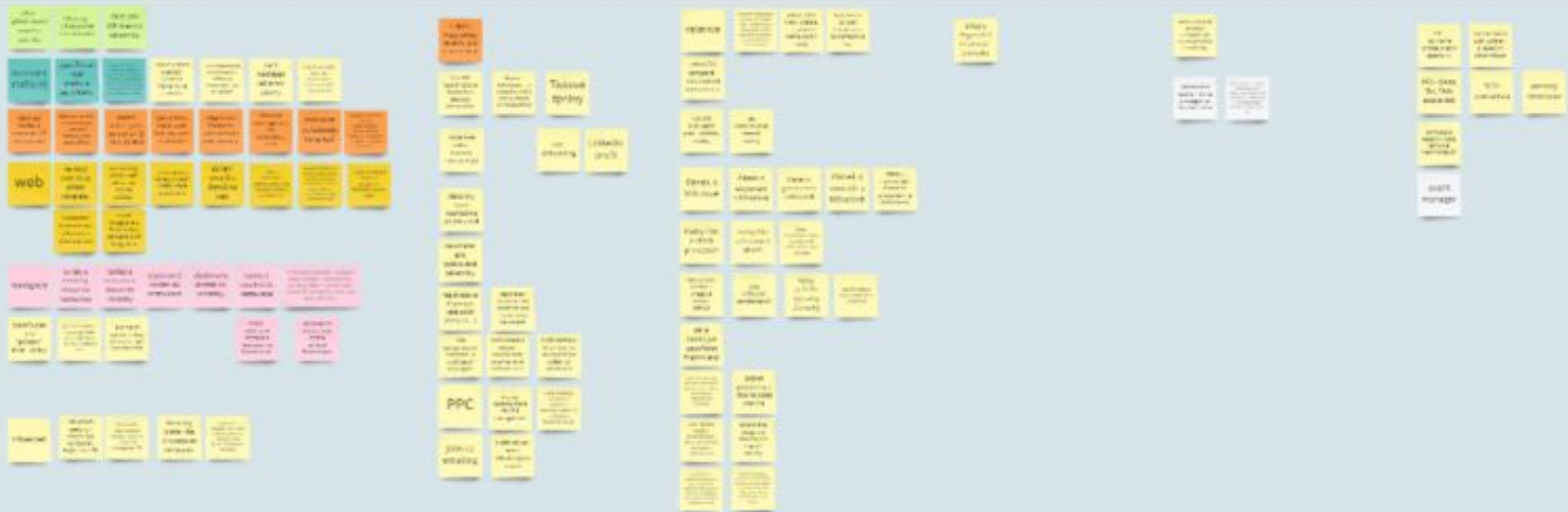
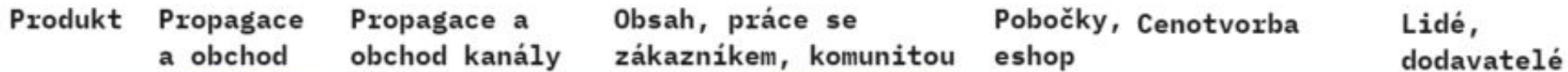
Tabulka hlavních marketingových KPI pro online marketing

| Marketingový kanál                 | Hlavní KPI                          | Doplňkové KPI                                                                                                                   |
|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PPC reklama (Google Ads, Facebook) | Míra prokliků (CTR)                 | Míra konverze (CVR), Náklady na konverzi (CPA), Zobrazení reklamy, Imprese                                                      |
| Bannerová reklama                  | Míra prokliků (CTR)                 | Počet zobrazení, Imprese                                                                                                        |
| Sociální síť                       | Dosah (Reach)                       | Zásah (Engagement), Počet fanoušků (Followers), Míra růstu fanoušků, Počet sdílení, Počet komentářů                             |
| Content marketing                  | Počet zobrazení stránek (Pageviews) | Míra prokliků (CTR), Počet stažení (Downloads), Počet přihlášení k odběru (Subscribers), Počet komentářů                        |
| Influencer marketing               | Dosah (Reach)                       | Míra engagementu (Engagement rate), Počet zobrazení videa (Video views), Počet kliknutí na odkaz (Link clicks), Počet komentářů |

 ChatGPT ×

| Marketingový Kanál                  | Hlavní Marketingové KPI                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PPC Reklama (Google Ads a Facebook) | - CPC (Cost Per Click - Cena za kliknutí) <br> - CTR (Click Through Proklikovost) <br> - Konverzní poměr (podíl uživatelů, kteří provedou akce) <br> - CPA (Cost Per Acquisition - Cena za získání zákazníka) <br> - ROI (Return on Investment - Návratnost investice) |
| Bannerová Reklama                   | - CPM (Cost Per Mille - Cena za tisíc zobrazení) <br> - CTR (Click Through Proklikovost) <br> - Celkový počet zobrazení <br> - Konverzní poměr                                                                                                                         |
| Sociální Síť (Facebook, Instagram)  | - Počet sledujících / fanoušků <br> - Angažovanost (likes, shares, comments) <br> - CTR (Click Through Rate - Proklikovost) z propagovaných příspěvků <br> - Počet konverzí z organických a placených příspěvků                                                        |
| Content Marketing                   | - Počet unikátních návštěv <br> - Doba strávená na stránce / blogu <br> - Počet sdílení článků <br> - SEO pozice pro klíčová slova <br> - Konverzní poměr z článků k akci (např. registrace)                                                                           |
| Influencer Marketing                | - Reach (dosah) influencerových příspěvků <br> - Angažovanost (likes, shares, comments) na sponzorovaných příspěvcích <br> - Počet nových registrací z influencerových akcí <br> - ROI (Return on Investment - Návratnost investice) z influencerových kampaní         |

# Workshop marketingové strategie



[krutis.com/strategie](https://krutis.com/strategie)

# Máš seznamování plné zuby?

Znáš to – další večer, další procházení seznamovacích aplikací a zase nic. Jsi unavený z posílání zpráv do prázdna, kdy na druhé straně nikdo neodpovídá. Víme, jak frustrující to může být. Profily, které vypadají skvěle, ale žádná odezva. Začínáš cítit, že tvůj čas a úsilí jsou promarněné. Představ si, že bys mohl mít jistotu, že tvoje zprávy nejsou ignorovány, že máš šanci najít někoho, kdo hledá to samé co ty. Tento příběh je pro mnoho mužů každodenní realitou, ale co když by to mohlo být jinak?

Chci Se Skutečně Seznámit!



## Cítíš se neviditelný?

**Unavuje tě marné čekání na odpověď? Čím déle zůstáváš na běžných seznamkách, tím větší je tvoje zklamání.**

Uvědomuješ si, že čím déle zůstáváš na těchto platformách, tím větší je tvoje zklamání? Každý swipe, každá nezodpovězená zpráva zvyšuje tvůj pocit osamělosti. Je to jako běhat v kruhu – stále stejné profily, stále stejná ignorace. Možná začínáš pochybovat o sobě, o tom, jestli vůbec máš šanci najít pravou partnerku. Cítíš se jako bys byl na bludném kruhu nekonečného hledání a zklamání. Představ si, že bys měl jistotu, že tvé zprávy budou brány vážně, že nejsi jen další tvář v davu. Tento pocit neustálého zklamání a nejistoty může mít konec.





[bit.ly/datinn](https://bit.ly/datinn)