

DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o

Školní rok 2021/2022

4.A

DELTA

Střední škola informatiky a ekonomie

P A R D U B I C E

MATURITNÍ PROJEKT

Marketingová komunikace pro kavárnu

Příjmení, jméno: Políšenská Markéta

Studijní obor: Informační technologie 18-20-M/01

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení: *Markéta Polišenská*
Školní rok: *2021/2022*
Třída: *4.A*
Obor: *Informační technologie 18-20-M/01*

Téma práce: *Marketingová komunikace pro kavárnu*
Vedoucí práce: *akad. mal. Daniel Václavík*

Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:

Kompletní vytvoření grafických materiálů pro fiktivní kavárnu.

Cíl je vytvoření:

- název kavárny
- grafický návrh logotypu
- korporátní identity – pravidla pro použití loga, typografie, aplikace loga (dopisní obálka, vizitka, web, potisky na produkty – hrníčky, kelímky)
- tvorba responzivního webu
- návrh bannerů
- vytvoření stránek na sociálních sítích (Facebook, Instagram, YouTube)
- grafický návrh propagačních předmětů (letáky, plakáty)
- tutoriál přípravy kávy na YouTube
- focení fotografií na web

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

- do 30. září 2021 – název a logo kavárny
- do 31. prosince 2021 – hotová korporátní identita, návrh bannerů, návrh propagačních předmětů
- do 28. února 2022 – hotový responzivní web, fotky na webu, hotové sociální sítě
- do 31. března 2022 – tutoriály na YouTube

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou práci vypracovala samostatně a použila jsem pouze zdroje a literaturu uvedené v seznamu bibliografických záznamů.

Prohlašuji, že tištěná verze a elektronická verze jsou shodné.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších předpisů.

V Pardubicích dne

Poděkování

Touto cestou děkuji akad. malíři Danielu Václavíkovi, za jeho odborné rady, trpělivost a neustálý pozitivní přístup při konzultacích mého projektu. Dále chci poděkovat firmě NAKAFE Jeseník za propůjčení prostorů k focení a natáčení záběrů.

Anotace

Cílem maturitního projektu bylo vytvořit grafické portfolio fiktivní firmy, ukázat možnost použití grafiky pro prezentaci firmy v reálném světě i na internetu a navrhnout marketingovou strategii – provést SWOT analýzu, analýzu konkurenčních firem, vytvořit STDC framework a marketingové persony.

Klíčová slova

Marketingová komunikace, korporátní identita, grafický design, SWOT analýza, STDC, sociální sítě, webové stránky, propagační materiály, kavárna,

Annotation

The goal of the graduation project was to create a graphic portfolio of a fictitious company, show the possibility of using graphics for the presentation of the company in the real world and on the internet and make a marketing strategy - do a SWOT analysis, analyze the competition, create STDC framework and marketing personas.

Keyword

Marketing communication, corporate identity, graphic design, SWOT analysis, STDC, social media, web pages, promotional materials, café,

Obsah

1. Úvod	8
2. Seznámení s firmou	8
3. Použité nástroje	8
3.1 Adobe Illustrator.....	8
3.2 Adobe InDesign.....	9
3.3 Adobe Photoshop	9
3.4 Adobe Premiere Pro	10
3.5 Adobe After Effects.....	10
3.6 Webnode.....	11
3.7 Meta Business Suite	11
3.8 Pixabay	11
4. Vizuální identita	12
5. Logo	12
6. Grafický manuál	13
7. Propagační předměty	14
7.1 Vizitka	14
7.2 Samolepky	14
7.3 Plakáty	15
7.4 Billboard.....	16
8. Vybavení podniku	17
8.1 Nápojový lístek.....	17
8.2 Kelímky	18
8.3 Držák na kelímky	18
8.4 Zákaznická karta.....	19
8.5 Dárkový poukaz	19
9. Teorie marketingu	20
9.1 Marketingová strategie	20
9.2 Marketingový mix	20
10. Segmentace.....	20
10.1 Segmentace trhu	20
10.2 Segmentace zákazníků.....	20
11. Marketingové osoby	21
11.1 Marketingová osoba prvního segmentu.....	22
11.2 Marketingová osoba druhého segmentu.....	22
11.3 Marketingová osoba třetího segmentu	23
11.4 Marketingová osoba čtvrtého segmentu.....	23
12. STDC framework	24
12.1 STDC framework zákazníka kavárny	24

13.	SWOT analýza	25
13.1	SWOT analýza kavárny.....	25
14.	Konkurenční firmy	26
14.1	Crosscafé	26
14.2	Coffeeshop Company	26
14.3	Café Bajer.....	27
14.4	Pierre Coffee & Coctails	27
15.	Sociální síť	28
15.1	Instagram.....	28
15.2	Facebook	28
15.3	YouTube.....	28
16.	Prezentace na sociálních sítích	29
16.1	Grafika Instagramové stránky	29
16.2	Tutoriály na YouTube	29
16.3	Grafika YouTube kanálu	30
16.4	Grafika Facebookové stránky.....	30
16.5	Miniatury YouTube videí.....	31
17.	Webová stránka	32
17.1	Úvodní stránka	32
17.2	Menu.....	34
17.3	Kontakt.....	35
18.	Závěr.....	36
19.	Citovaná literatura	37
20.	Seznam obrázků	38
21.	Seznam tabulek.....	39
22.	Přílohy	39
22.1	Příloha 1: Grafický manuál Caffelino	39

1. Úvod

Jako svůj maturitní projekt jsem si vybrala vytvoření grafického portfolia fiktivní firmy a její marketingovou strategii. Rozhodla jsem se, že se bude jednat o kavárnu. Tohle rozhodnutí padlo hlavně kvůli tomu, že o prázdninách chodím vypomáhat do jedné lokální kavárny a přemýšlela jsem, jaké by to bylo si jednou otevřít kavárnu vlastní.

Součástí maturitního projektu je SWOT analýza, STDC framework, popis konkurenčních firem a grafické práce.

V rámci projektu byl také vytvořen funkční web a profily na sociálních sítích.

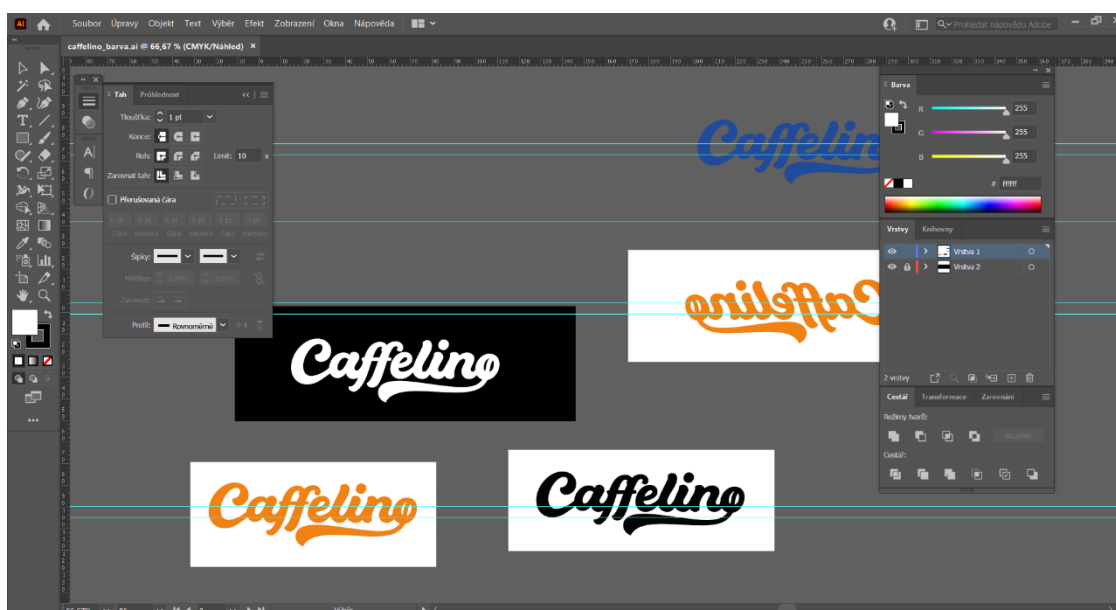
2. Seznámení s firmou

Pro tuhle fiktivní firmu byl vymyšlen název Caffelino. Mělo by se jednat o kavárnu, kam se zákazníci rádi vrací. Kavárna je zaměřená jak na kvalitní kávu, tak i na příjemnou obsluhu a pozitivní atmosféru.

3. Použité nástroje

3.1 Adobe Illustrator

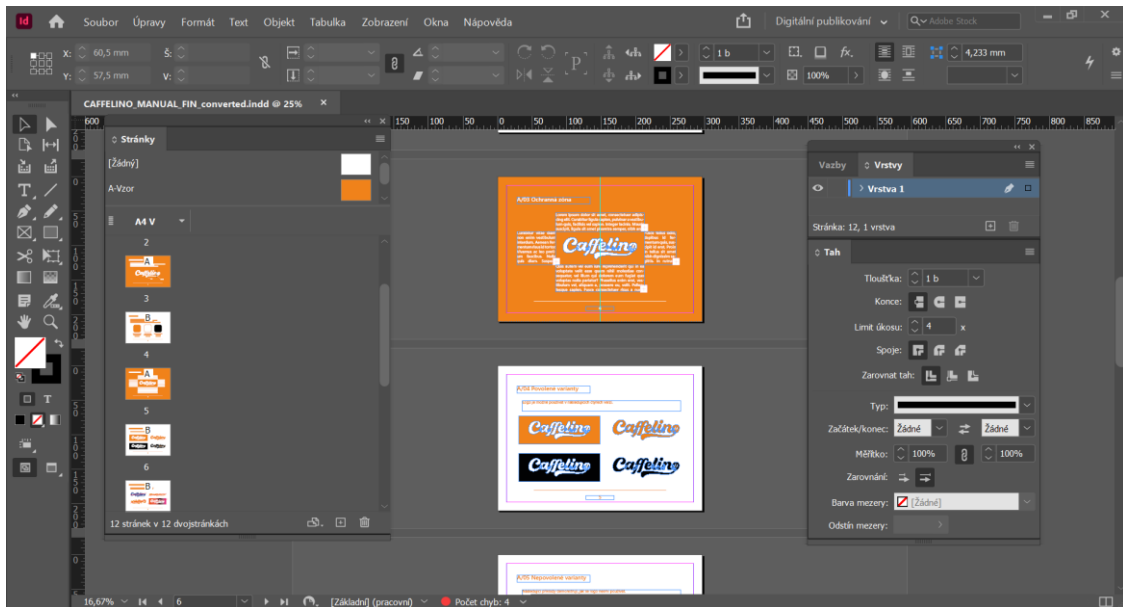
Program Adobe Illustrator je nejpoužívanější a nejrozšířenější software určený k editaci vektorové grafiky od firmy Adobe Inc. Můžete v něm vytvářet různorodý obsah, nejčastěji se využívá k tvoření log, ikon nebo k dalším různým ilustracím. Není určen k úpravě fotek. (1)



Obrázek 1: Prospědí Adobe Illustrator

3.2 Adobe InDesign

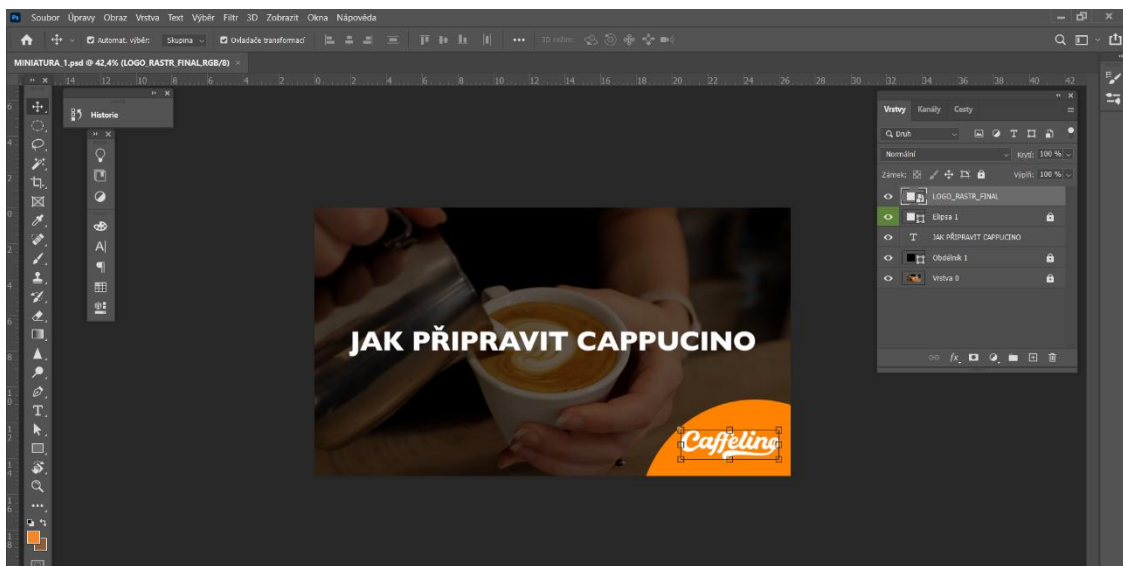
Adobe InDesign je program určený pro sazbu textu, zpracovávání grafických materiálů a obrázků pro přípravu finální grafické předlohy, která je vhodná pro tisk. V tomto programu byly navrženy vizitky, letáky a celý grafický manuál. InDesign nabízí vše potřebné pro tvorbu a publikování knih, digitálních časopisů, elektronických knih, plakátů, interaktivních PDF a dalšího obsahu. (2)



Obrázek 2: Prostředí Adobe InDesign

3.3 Adobe Photoshop

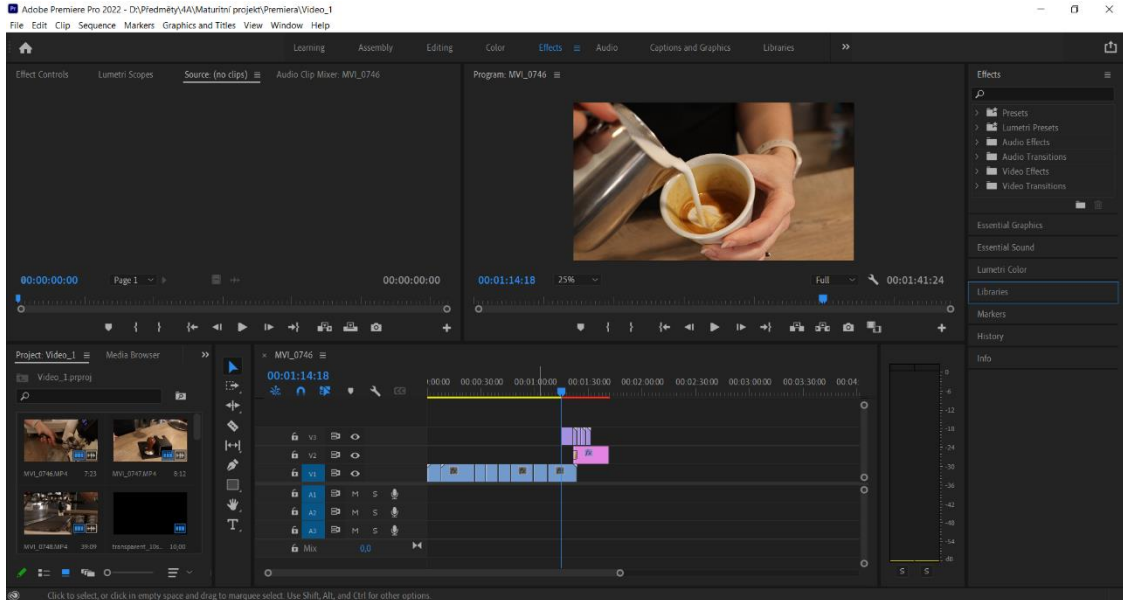
Adobe Photoshop je nejpoužívanější grafický program pro práci s rastrovou (či bitmapovou) grafikou. Tenhle program zvládne skoro vše v oboru statické grafiky – od jednoduchých barevných úprav fotografií ke složitým fotomontážím. Ve Photoshopu byly upravovány fotky, mockupy a náhledy videí na YouTube. (3)



Obrázek 3: Prostředí Adobe Photoshop

3.4 Adobe Premiere Pro

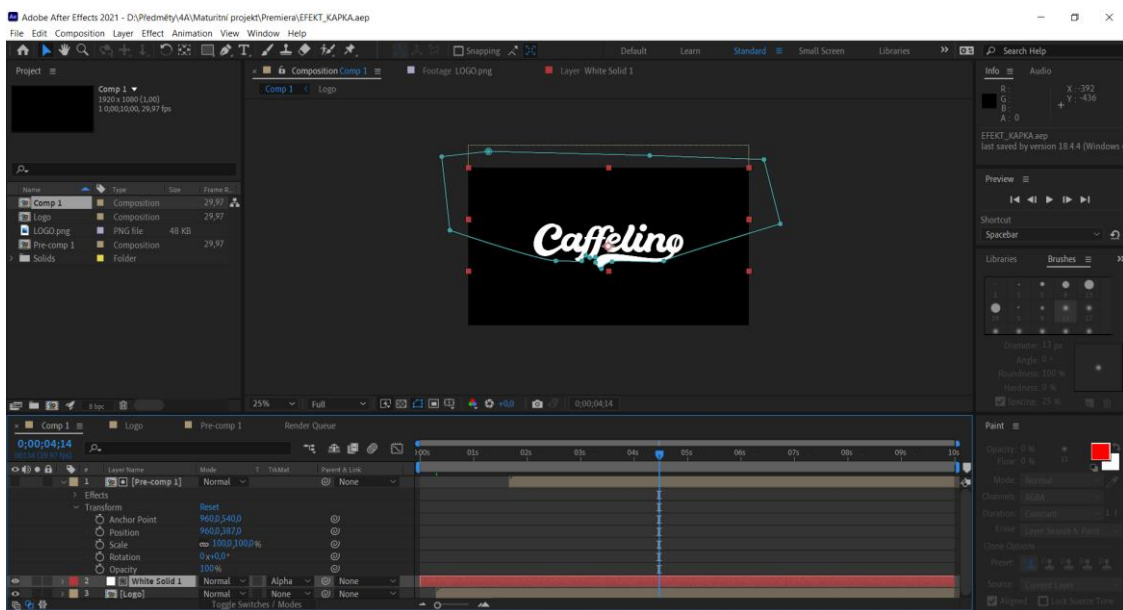
Adobe Premiere Pro je software určený k editaci a střihu videí. Program obsahuje spoustu zabudovaných efektů a funkcí, je využíváný profesionálními filmovými studií. Je součástí Adobe Creative Cloud, který zahrnuje střih videa a grafický design. (4)



Obrázek 4: Prosděří Adobe Premiere Pro

3.5 Adobe After Effects

Adobe After Effects je softwarový program určený pro tvorbu speciálních filmových efektů, pohyblivé grafiky a celou kompozici obecně. Můžeme v něm sestříhat video, přidat či zaměnit zvukovou stopu, vytvořit intro nebo aplikovat na videa nejrůznější efekty. Společně s Adobe Premiere Pro představují hojně používanou dvojici pro tvorbu profesionálních filmů. (5)



Obrázek 5: Prosděří Adobe After Effects

3.6 Webnode

Webnode je on-line nástroj pro tvorbu a správu webových stránek. Má funkce pro tvorbu webových prezentací, bez potřeby instalace či konfigurace.

Přetažením myši lze na stránky umístit mnoho

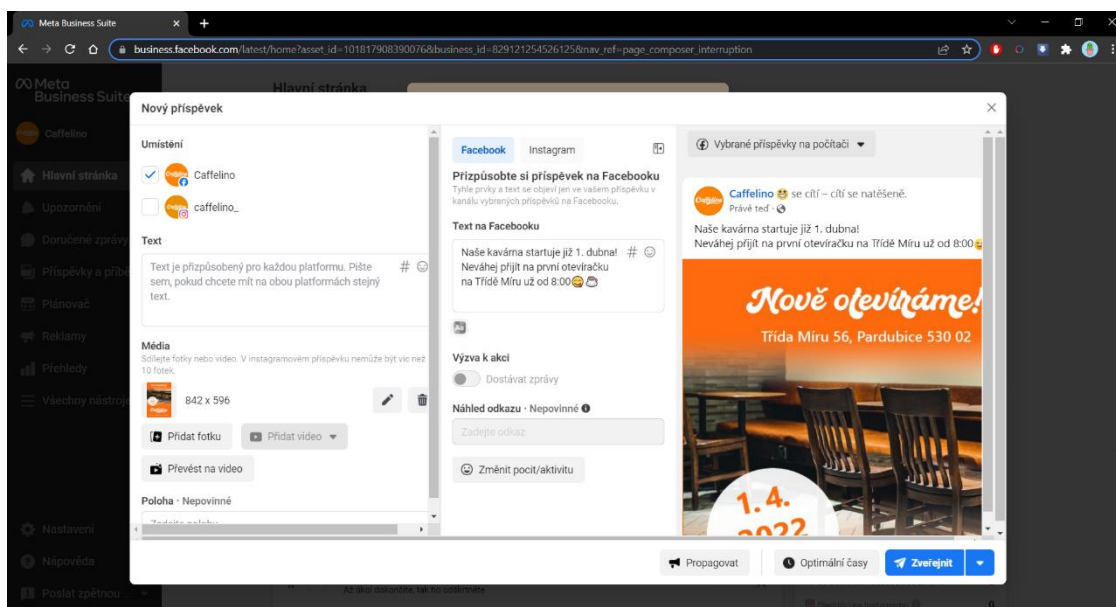
interaktivních prvků jako jsou např. ankety, články, diskuzní fóra, formuláře atd. Tyto stránky nabízejí jak verzi zdarma, tak pár předplacených balíčků. (6)

webnode

Obrázek 6: Logo Webnode [zdroj]

3.7 Meta Business Suite

Meta Business Suite (dřívější Facebook Business Manager) umožňuje spravovat všechny vaše propojené účty na Facebooku i Instagramu z jednoho místa. Nabízí řadu nástrojů, díky kterým je bezplatná správa firmy a jejích aktivit ještě snazší. S Meta Business Suite můžete oslovit víc lidí, zůstat v obraze a věnovat se správě firemních záležitostí, a to všechno z jednoho místa. (7)



Obrázek 7: Prosděří Meta Business Suite

3.8 Pixabay

Pixabay je živá komunita kreativ, sdílející snímky a videa bez autorských práv. Veškerý obsah je vydáván pod licencí Pixabay, což umožňuje bezpečné používání bez žádosti o povolení nebo poskytnutí úvěru umělci – dokonce i pro komerční účely. (8)

pixabay

Obrázek 8: Logo Pixabay [zdroj]

4. Vizuální identita

Vizuální identita je pojem pro všechny vizuální grafické prvky a činnosti, které mají na první pohled odlišit danou firmu či organizaci od konkurence a ostatních institucí. Jedná se o vytvoření jednotícího grafického stylu a prvku, který bude jednotně identifikovat firmu ve všech výstupech a vizuálních prezentacích, ať už v podobě tištěné či v elektronické (od vizitky, až po design firemního webu). (9)

5. Logo

Logo je hlavní grafická značka, která danou firmu jasně identifikuje. Je to rozpoznatelná a zapamatovatelná vizuální zkratka, jejíž cílem je odlišení od ostatních, komunikace jisté zprávy a vzbuzení jistých emocí nebo asociací. Je tváří byznysu, odráží jeho hodnoty a charakter, pomáhá vyniknout. Bez loga by se dala daná firma těžko rozpoznat. (10)

Logo bylo vytvořeno v programu Adobe Illustrator. Návrhů na logo bylo spousta, nakonec byl vybrán ten, který se mému okolí líbil nejvíce. Je hravé a optimistické, jde z něho jasně poznat, že se jedná o logo kavárny, hlavně díky tomu, že písmeno „o“ znázorňuje kávové zrno.

The image shows the first version of the Caffelino logo. The word "Caffelino" is written in a bold, orange, cursive script. The letter 'o' at the end is stylized to resemble a coffee bean. A long, horizontal, curved underline extends from the bottom of the 'o' across the width of the word.

Obrázek 10: Logo Caffelino, verze 1



Obrázek 9: Logo Caffelino, verze 2

6. Grafický manuál

Grafický manuál je dokument, který doplňuje samotné logo několika důležitými prvky. V zásadě tento dokument obsahuje pravidla pro práci s logem. Manuál jednoduše říká, jak logo vypadá, jaké používá barvy, jaké písmo, v jakých variantách se smí a nesmí používat, jakou má ochrannou zónu nebo jakou má logo symboliku. Cílem dodržování pravidel grafického je zajistit určitou jednotnost na všech firemních dokumentech a tiskovinách. Je to v podstatě první krok pro tvorbu takzvané korporátní identity. (11)

Grafický manuál byl vytvořen v programu Adobe InDesign, můžete ho najít v příloze 1.



Obrázek 11: Mockup grafického manuálu

7. Propagační předměty

7.1 Vizitka

Existují dva základní druhy vizitek – osobní a firemní. Osobní vizitka je určena pro soukromou osobu. Firemní vizitka propaguje firmu nebo jejího zástupce. Pro moji kavárnu byla vytvořena vizitka firemní pro majitele firmy. Rozměry mnou vytvořené vizitky jsou 90 x 50 mm, protože se v České republice používají nejčastěji. V jiných zemích Evropy je častější formát 85 x 55 mm. (12)



Obrázek 12: Mockup vizitky

7.2 Samolepky



Obrázek 13: Mockup samolepky

7.3 Plakáty

Plakáty ve formátu A5 jsou určeny k propagaci kavárny například na reklamních sloupech.



Obrázek 14: Mockup plakátu, verze 1



Obrázek 15: Mockup plakátu, verze 2

7.4 Billboard

Billboard je největší druh plakátovací reklamní plochy. Zpravidla se nachází kolem dopravních cest nebo na místech, kde se nachází velký počet osob, protože má za úkol přilákat pozornost co nejvíce lidí. Design billboardů je většinou jednoduchý, jsou na něm výrazné obrazové prvky tak, aby se daly rychle přečíst, když kolem nich projíždíte. (13)



Obrázek 16: Mockup billboardu

8. Vybavení podniku

8.1 Nápojový lístek

Nápojový lístek můžeme nalézt v každé kavárně. Obsahuje všechny nápoje a občerstvení, které kavárna nabízí. Byl navržen ve formě trojdílné brožury. Klasická trojdílná brožura je dvakrát přeložena přes střední část a nabízí 6 panelů obsahu. Vnější část nápojového lístku se skládá ze třech panelů – úvodní strana, kde se nachází logo; zadní strana s kontaktními informacemi a prostřední strana, kde je propagován Instagram kavárny. Ve vnitřní části lze najít 3 stránky plné obsahu konkrétních nápojů a jídel.



Obrázek 17: Mockup nápojového lístku

8.2 Kelímky

Byly navrženy 2 typy kelímků. Na prvním návrhu se nachází opakující se logo po celé ploše kelímku. Na druhém návrhu je v horní části graficky znázorněno stékající mléko, uprostřed se nachází logo a dole jsou vypsané kávové nápoje, které se do daného kelímku vejdou.



Obrázek 19: Mockup kelímku, typ 1



Obrázek 18: Mockup kelímku, typ 2

8.3 Držák na kelímky



Obrázek 20: Mockup držáku na kelímky

8.4 Zákaznická karta

Zákaznická karta má návštěvníkům kavárny poskytovat různé výhody, například se na ni dají ukládat body, za které mohou zákazníci v příští návštěvě uplatnit slevu na různé produkty.



Obrázek 21: Mockup zákaznické karty

8.5 Dárkový poukaz

Dárkový poukaz byl navržen v rozměrech 210 x 100 mm. Je na něm vypsána hodnota a nachází se zde místo pro vypsání platnosti.



Obrázek 22: Mockup dárkového poukazu

9. Teorie marketingu

9.1 Marketingová strategie

Marketingová strategie je taktický proces, ve kterém se stanovují cíle společnosti, soustředí se na uspokojování potřeb zákazníka. Skládá se z analýzy konkurence, analýzy trhu, marketingového plánu, definice marketingového mixu a poznání svého zákazníka. (14)

9.2 Marketingový mix

Marketingový mix navazuje na stanovenou marketingovou strategii a marketingového cíle. Je to soubor taktických marketingových nástrojů, které firma nebo společnost používá k úpravě nabídky podle cílových trhů. Zahrnuje vše, co může firma udělat, aby ovlivnila poptávku po svém produktu. Nejčastější způsob marketingového mixu tvoří takzvané 4P (Product, Price, Promotion, Place). (15)

10. Segmentace

10.1 Segmentace trhu

Segmentací trhu rozdělujeme klientelu dle několika kritérií do kategorií, které nám lépe umožňují cílení reklamy a nabízení služeb. Kritérií segmentace existuje celá řada a různí autoři vymezují segmentační kritéria odlišně. Nejčastější vymezení jsou:

- Geografická – zákazníci jsou rozděleni podle svého prostorového (geografického) rozmístění například podle kontinentů, zemí nebo regionů apod.
- Demografická – zákazníci se dělí podle věku, pohlaví, etnika, náboženství, rodinného stavu apod.
- Socioekonomická – socioekonomický status, vzdělání, povolání, příjem, postavení apod.
- Psychologická – zákazníci se dělí podle psychologického profilu (životní zájmy, postoje, hodnoty apod.) (16)

10.2 Segmentace zákazníků

Zde byly zákazníci rozřazeni do čtyř konzistentních skupin podobných zákazníků neboli segmentů.

	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4
Název segmentu	Důchodci	Matky s dětmi	Studenti	Zaměstnanci okolních firem
Segment v procentech	15%	29%	32%	24%
Věk	cca 65+	kolem 30 let	15-26 let	26-50 let
Kdy kavárnu navštěvují	mezi 8. – 12. h	mezi 9. – 14. h	mezi 14. – 19. h	odpolední pauza
Co si v kavárně objednávají	vídeňská káva, ovocný likér, snídaňové menu	zdravější produkty, náhražky mléka, bezlepkové dezerty, káva bez kofeinu, pro děti džus nebo limonáda	latté, cappucino, čaje, limonády, dezerty, spíše levnější produkty	espresso, americano, flatwhite, káva i dezert s sebou
Jaký způsob reklamy na ně funguje	reklamy na Facebooku, kupony, billboardy, reklamy v novinách	reklamy na Facebooku, Instagramu a YouTube	reklamy na Instagramu, studentské slevy	reklamy na Facebooku a Instagramu, recenze na internetu

Tabulka 1: Segmentace zákazníků kavárny

11. Marketingové persony

Jedná se o smyšlené, nebo částečně smyšlené a zobecnělé profily osob, které reprezentují vybranou skupinu ideálních zákazníků. Cílem tvorby marketingových person je vytvořit natolik ucelený profil ideálního zákazníka, který pomůže tohoto zákazníka zosobnit a pochopit jeho chování. Zjištěné informace jsou pak stěžejní pro tvorbu obsahu, vývoj nových produktů, prodejní aktivity a prakticky veškeré firemní činnosti související se zákazníky. (17) (18)

V následujících podkapitolách byly vytvořeny konkrétní marketingové persony pro každý segment zmíněný v předchozí kapitole.

11.1 Marketingová persona prvního segmentu

Jméno: Božena Blašková

Věk: 76 let

Povolání: důchodce

Stav: vdova, 3 děti, 5 vnoučat

Lokalita: malý byt uprostřed Pardubic



Obrázek 23: Persona Božena Blašková [zdroj]

Trávení volného času: luští křížovky, sleduje televizi, chodí na procházky se psem

Jak vypadá normální den: Boženin den začíná už v 5:00, kdy jde vyvenčit svého psa. Poté si čte noviny a časopisy. Následně se potká se svými vrstevnicemi v naší kavárně. Dává si vídeňskou kávu a k tomu nějaký dezert. Po příchodu domů připravuje oběd. Její den pokračuje sledováním televize, luštěním křížovek a vycházkami se psem.

11.2 Marketingová persona druhého segmentu



Obrázek 24: Persona Simona Králová [zdroj]

Jméno: Simona Králová

Věk: 31 let

Povolání: je na mateřské dovolené, dříve účetní

Stav: vdaná, 1 dítě

Lokalita: rodinný dům na kraji Pardubic

Trávení volného času: stará se o dítě, čte knihy, cvičí jógu a navštěvuje fitness centrum

Jak vypadá normální den: Simona vstává v 8:00. Stará se o své dítě. Jde s kočárkem na procházku a staví se v naší kavárně na snídaňové menu. Pro dítě objednává džus. Po příchodu domů připravuje oběd. Po obědě si hraje se svým dítětem nebo mu pouští pohádky. Večer, když se vrátí manžel z práce, jde Simona do fitness centra.

11.3 Marketingová persona třetího segmentu

Jméno: Lukáš Kopecký

Věk: 17 let

Povolání: student

Stav: svobodný, bezdětný

Lokalita: bydlí s rodiči v nedaleké vesnici



Obrázek 25: Persona Lukáš Kopecký [zdroj]

Trávení volného času: hraje na kytaru, rád poslouchá hudbu nebo hraje počítačové hry, navštěvuje hospody a kluby s kamarády

Jak vypadá normální den: Lukáš vstává v 6:30. Do školy se dopravuje hromadnou dopravou. Po škole ještě navštěvuje základní uměleckou školu, kde hraje na kytaru. Po hodině kytary se setkává s jeho přáteli v naší kavárně. Dává si latté se sójovým mlékem. Po příchodu domů dělá domácí úkoly a poté se věnuje videohrám.

11.4 Marketingová persona čtvrtého segmentu

Jméno: Radek Novotný

Věk: 43 let

Povolání: podnikatel

Stav: ženatý, 2 děti

Lokalita: Hradec Králové



Obrázek 26: Persona Radek Novotný [zdroj]

Trávení volného času: hraje golf a badminton, rád cestuje, občas zajde na pivo do hospody

Jak vypadá normální den: Radek vstává v 6:00 a připravuje se do práce. Jako dopravu do práce využívá své auto, kterým jede z Hradce Králové do Pardubic. Ve 12:00 má pauzu na oběd, jde do okolní restaurace a poté navštěvuje naši kavárnu. Vždy se bere flatwhite s sebou. Někdy přijde dříve a dá si ke svému flatwhitu nějaký dezert, pak se vrací zpátky do práce. V 17:00 vyráží zpátky do Hradce, kde se převleče a jde hrát badminton se svými kamarády.

12. STDC framework

STDC framework je obchodní schéma zaměřující se na 4 nákupní fáze zákazníka – See, Think, Do a Care, přičemž v každé z nich je zapotřebí mít k potenciálním zákazníkům odlišný přístup. Tento framework se soustředí na navazování vztahu se zákazníkem a jeho další prohlubování. Jedná se o komplexní framework, který se zaměřuje na cílovou skupinu, obsah, kanály a měření u každé z fází. (19)

12.1 STDC framework zákazníka kavárny

	SEE	THINK	DO	CARE
Persona	Člověk, co má rád výběrovou kávu.	Zajímá se podrobněji o typy káv.	Hledá si informace na našem webu, navštěvuje kavárnu.	Sleduje naše sociální síť, opakovaně kavárnu navštěvuje.
Problém	Nově se přistěhoval. Neví, kterou kavárnu má navštívit.	Neví, kterou kávu si má vybrat.	Potřebuje snadno a rychle kávu koupit.	Chce více informací a výhod.
Obsah	Základní informace o kavárně.	Co přesně kavárna nabízí, recenze jednotlivých produktů.	Slevy, kupony.	Nové akční nabídky, věrnostní program.
Kanál	Webové stránky, Instagram, Facebook, video na Youtube.	Webové stránky, sociální síť, PPC, emailing.	Webové stránky, SEO, emailing, remarketing.	Instagram, blogy, diskuze, remarketing.
Metrika	Nárůst návštěvnosti webu, engagement	Doba strávená na webových stránkách, počet recenzí, nárůst emailové databáze.	Hloubka procházení webu, počet prokliků.	Míra zaujetí na sociálních sítích, recenze, spokojenost zákazníka.

Tabulka 2: STDC framework zákazníka kavárny

13. SWOT analýza

SWOT analýza je univerzální analytická technika pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru. První SWOT analýzu provedl Albert Humphrey v šedesátých letech 20. století. SWOT je zkratkou slov z angličtiny: Strengths – silné stránky, Weaknesses – slabé stránky, Opportunities – příležitosti, Threats – hrozby. (20)

13.1 SWOT analýza kavárny

Zde byla vytvořena fiktivní SWOT analýzu, která by mohla při zakládání nové kavárny fungovat.

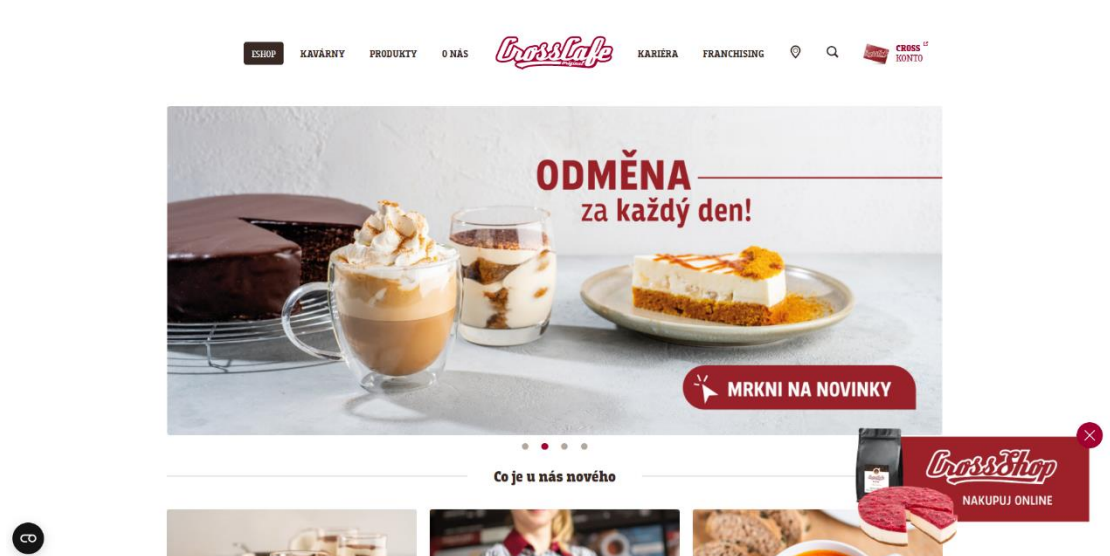
	POMOCNÉ (k dosažení cíle)	ŠKODLIVÉ (k dosažení cíle)
VNITŘNÍ (atributy organizace)	STRENGTHS (silné stránky) <ul style="list-style-type: none"> • lokalita kavárny • příjemné prostředí • kvalitní produkty a služby • příjemný personál • venkovní posezení 	WEAKNESSES (slabé stránky) <ul style="list-style-type: none"> • nově založený podnik • vysoké počáteční náklady • závislost podnikatele na pronajímateli • zásobování • velký podíl nepřímé konkurence
VNĚJŠÍ (atributy prostředí)	OPPORTUNITIES (příležitosti) <ul style="list-style-type: none"> • rozšíření do dalších lokalit • získání stálých zákazníků • rostoucí poptávka po kvalitní kávě • franšíza • vytvoření e-shopu • zvýšení investic do marketingu • pořádání různých akcí (např. baristické kurzy) 	THREATS (hrozby) <ul style="list-style-type: none"> • příchod nové konkurence • navýšení nájemného • ohrožení ze strany dodavatelů • nízké zisky • nedostatek zaměstnanců • změny trendů

Tabulka 3: SWOT analýza kavárny

14. Konkurenční firmy

14.1 Crosscafe

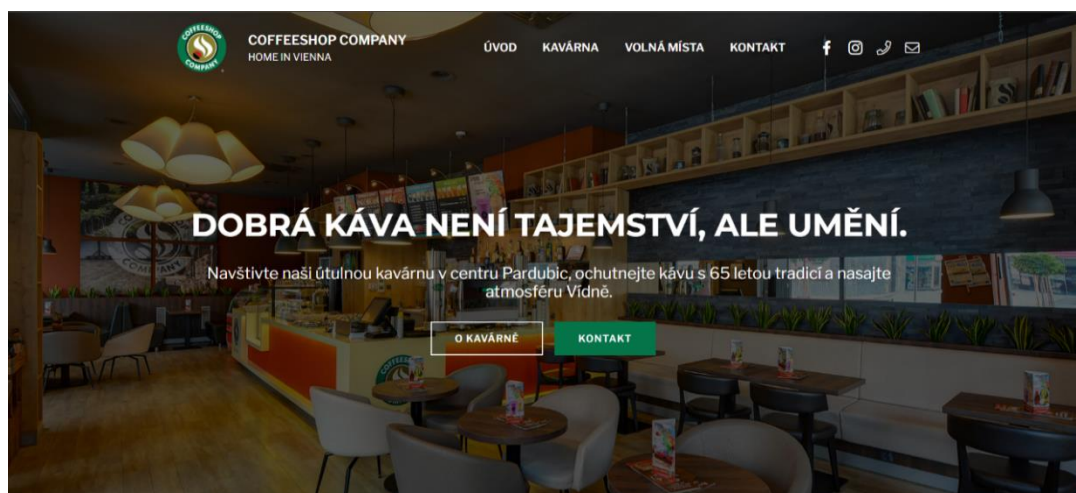
Crosscafe je česká síť kaváren původem z Plzně. První kavárna byla otevřena v roce 2007, dnes už jich je dvacet, a to v jedenácti českých městech. Kavárna se vyznačuje svou výběrovou kávou, vlastní výrobou dortů a širokým sortimentem jídel ke snídani. Vyzdvihla bych i počet věrnostních programů, které tato kavárna nabízí, např. aplikace CrossCard nebo CrossConto.



Obrázek 27: Webová prezentace Crosscafe [zdroj]

14.2 Coffeeshop Company

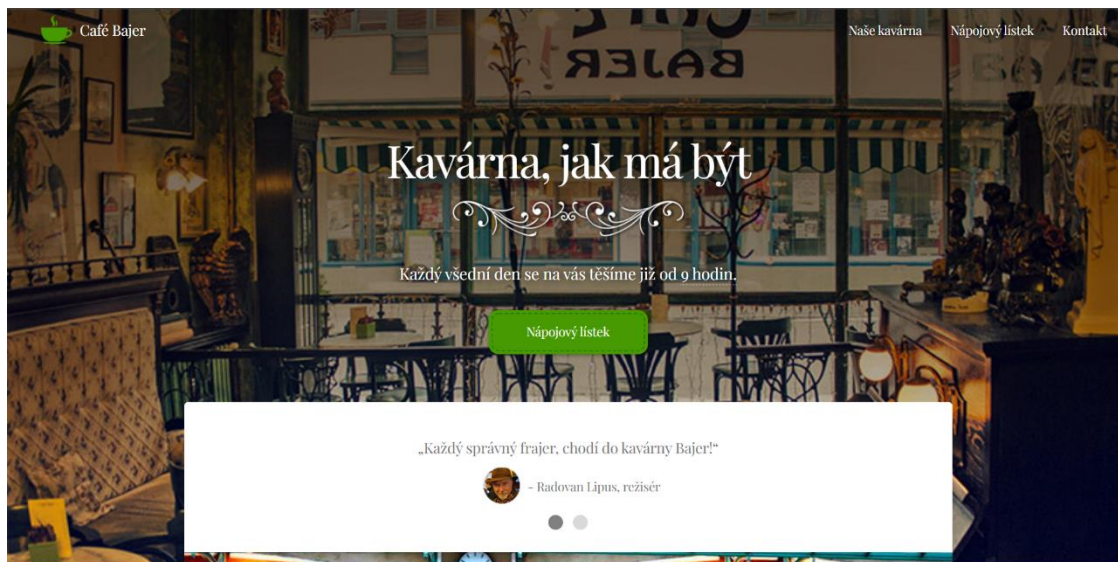
Coffeeshop Company je také kvalitní síť kaváren. Oproti Crosscafe nemá své kořeny v České republice ale v krásné rakouské Vídni. První kavárna byla spuštěna v roce 1999, dnes už jich jsou stovky po celém světě. Tahle kavárna se specializuje na eleganci a tradici typické vídeňské kávy, zaměřuje se spíše na konzervativní zákazníky.



Obrázek 28: Webová prezentace Coffeeshop Company [zdroj]

14.3 Café Bajer

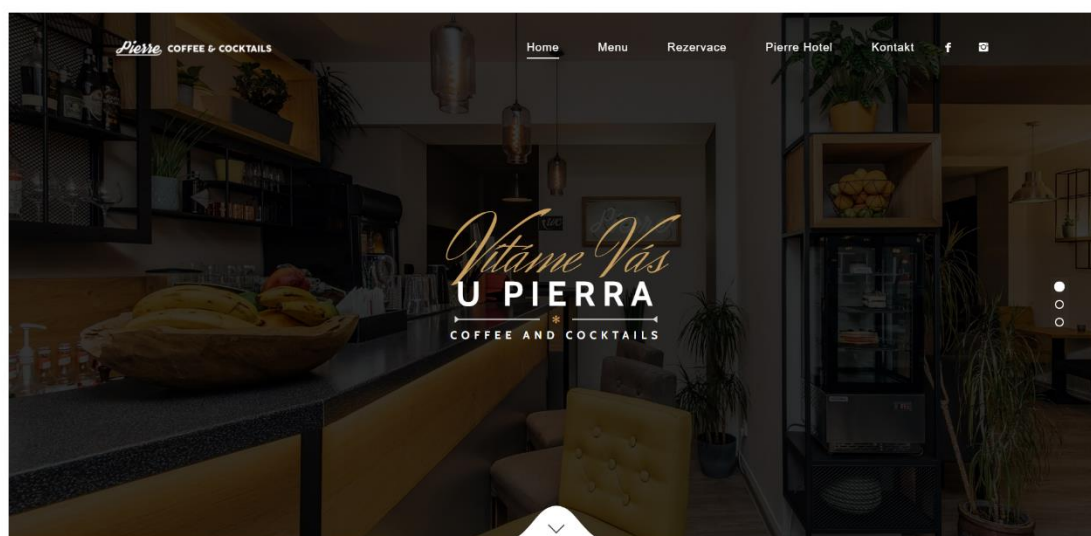
Kavárnu Café Bajer vybuodoval pan Milan Bajer již v roce 1998. Kavárna se nachází v krásných prostorech, pyšní se svou zimní zahradou a malým dvorkem s terasou. Cílí na výběrovou kávu, lahodné zákusky, a hlavně na atmosféru. Večery jsou zde zpestřovány koncerty různých žánrů. V kavárně se objevují spíše konzervativnější zákazníci, ale také lidé na pracovních schůzkách.



Obrázek 29: Webová prezentace Café Bajer [zdroj]

14.4 Pierre Coffee & Coctails

Pierre Coffee & Coctails je kavárna, která se více specializuje na koktejly než na výběrovou kávu. I když jejich káva není ta nejlepší v ulici, kompenzují to nádherné prostory a pestré, neustále se měnící menu. Je zde možné konání soukromých akcí, formálních událostí a dalších různých oslav. V téhle kavárně uvidíme spíše mladší zákazníky.



Obrázek 30: Webová prezentace Pierre Coffee & Coctails [zdroj]

15. Sociální sítě

Sociální síť je virtuální prostor, kde registrovaní uživatelé spolu komunikují, sdílí informace, fotografie, videa a jsou jim umožněny doplňující funkce. Nejrozšířenější sociální síť je Facebook, který založil Mark Zuckerberg v roce 2004. Dnes existují stovky sociálních sítí, používá je přes 3,4 miliardy lidí, tedy polovina celosvětové populace. (21)

15.1 Instagram

Instagram je sociální síť, kterou vlastní Facebook. Je určena především k sdílení fotek a videí. První verze vyšla v říjnu 2010. V tu dobu šlo na Instagramu pouze sdílet fotky a videa ve formátu 1:1 s rozlišením 640 pixelů. Později se přidávali různé funkce jako psaní zpráv, více fotek v jednom příspěvku, Stories. Funkce Stories umožňuje uživatelům sdílet fotky nebo videa, které jsou možné k zobrazení pouze 24 hodin. Tuhle funkci využívá cca 500 milionů uživatelů denně. (22)



Obrázek 31: Logo Instagram [\[zdroj\]](#)

15.2 Facebook

Facebook je rozsáhlý společenský webový systém sloužící hlavně k tvorbě sociálních sítí, komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavě. Se svými 2,3 miliardami aktivních uživatelů je jednou z největších společenských sítí na světě. Jejím zakladatelem je Mark Zuckerberg. (23)



Obrázek 32: Logo Facebook [\[zdroj\]](#)

15.3 YouTube

YouTube je největší internetový server pro sdílení videí. YouTube povoluje svým uživatelům nahrát videa, zhlédnout je, hodnotit, sdílet a komentovat. Na YouTube jsou dostupné videoklipy, TV klipy, hudební videa, live streamy, trailery k filmům a další jako například video-blogy, krátká originální videa, nebo vzdělávací videa. YouTube byl založen v únoru 2005, v listopadu 2006 byl zakoupen společností Google. (24)



Obrázek 33: Logo YouTube [\[zdroj\]](#)

16. Prezentace na sociálních sítích

V téhle kapitole je ukázáno grafické znázornění obsahu na sociálních sítích firmy Caffelino.

16.1 Grafika Instagramové stránky



Obrázek 35: Mockup Instagramového příspěvku

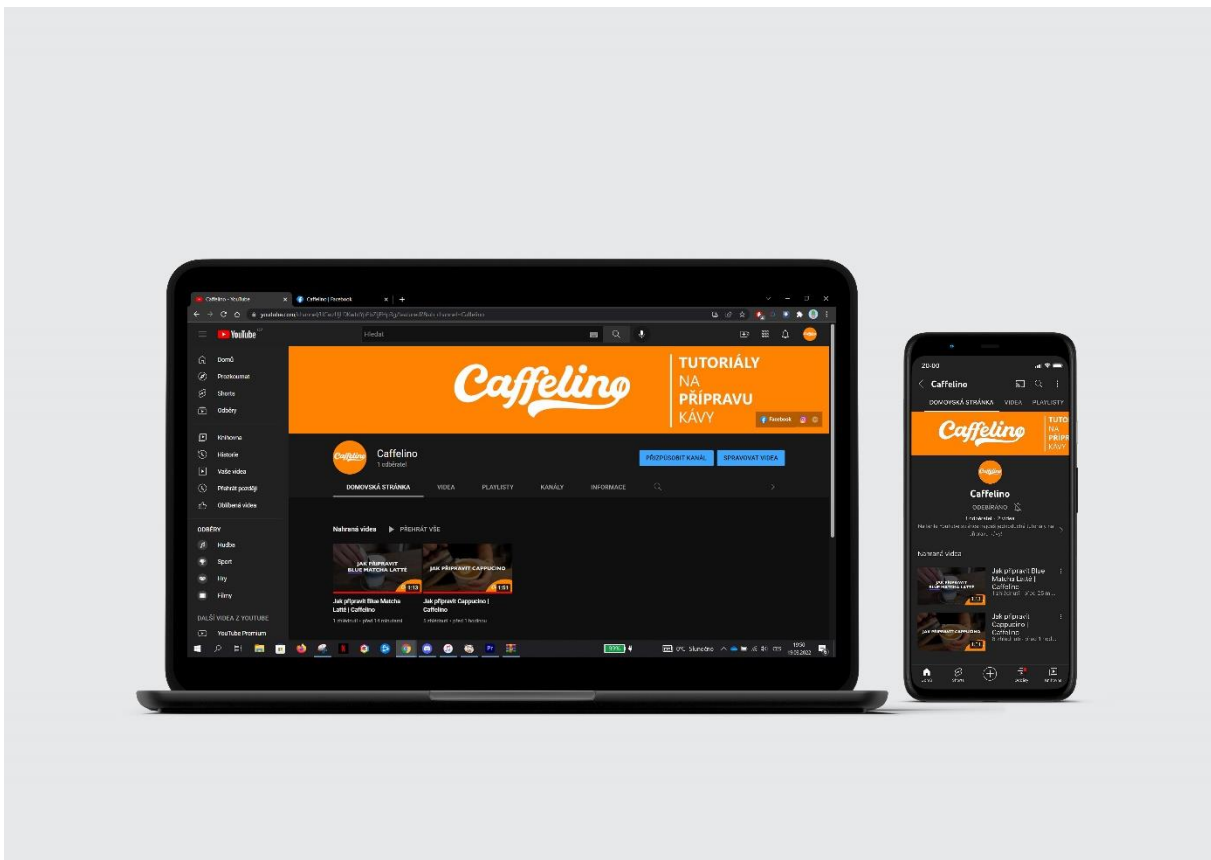


Obrázek 34: Mockup Instagramového profilu

16.2 Tutoriály na YouTube

Tutoriál je stručný manuál, který názorně ukazuje postup dané činnosti, krok za krokem představuje uživateli způsob, jak něco vytvořit nebo jak pracovat na určitém produktu. Pro tento projekt byly vytvořeny dva tutoriály na přípravu kávy. Záběry byly natáčeny v reálné kavárně, následně byly sestříhány v programu Adobe Premiere Pro. Na konci každého tutoriálu je animace loga, která byla vytvořena v programu Adobe After Effects.

16.3 Grafika YouTube kanálu



Obrázek 36: Mockup YouTube kanálu

16.4 Grafika Facebookové stránky



Obrázek 37: Mockup Facebookové stránky

16.5 Miniatury YouTube videí

Miniatura je vlastně takový náhledový obrázek, na který klikáme, když chceme spustit video. Čím lépe je miniatura navrhnutá, tím více lidí na video klikne. Proto je návrh miniatury velmi podstatnou částí při nahrávání videí na YouTube.



Obrázek 38: Miniatura 1



Obrázek 39: Miniatura 2

17. Webová stránka

Webová stránka je základem propagace podniků a organizací, je obrovským zdrojem informací. Jedná se o hypertextový dokument, který je tvořen v jazyku HTML, jeho vzhled je definován kaskádovými styly CSS a může se dynamicky měnit pomocí jazyku JavaScript. V dnešní době ale není potřeba umět programovat, nejčastěji se weby vytvářejí pomocí online editorů. Mezi nejznámější online editory patří Wix, Wordpress, Webnode a Weebly. (25)

Původní záměr bylo vytvoření pouze návrhu webu v programu Adobe XD, ale nakonec byl zvolen jednodušší způsob, a to vytvoření webové stránky přes online editor. Byl vybrán online editor Webnode, protože je dle mého názoru nejjednodušší k použití, je přehledný a má k dispozici spoustu šablon. Při vytváření webu ale došlo i k nemálo překážkám. Bezplatná verze Webnode neumožnila dát na web všechny věci, které byly plánované.

17.1 Úvodní stránka

Úvodní stránka se skládá z více částí. Úplně nahoře se nachází doplňková a navigační lišta. V doplňkové liště jsou umístěny tři ikony sociálních sítí, které odkazují na reálné sociální sítě kavárny Caffelino. Hned pod ní v navigační liště jsou jednotlivé odkazy na ostatní stránky webu. Úvodní stránku tvoří logo kavárny, které je dáno přes celou šířku webu. Původně bylo zamýšleno, že bude na webu úvodní video, které by se skládalo ze záběrů z kavárny a z animace loga, ale bezplatná verze Webnode neumožňuje dát video do pozadí stránky. Z tohoto důvodu se nachází v první části stránky pouze logo, ale stránka pořád vypadá vhodně a jednoduše jako celá vizuální identita značky Caffelino.



Obrázek 40: Úvodní stránka, část 1

Další část tvoří nadpis a 3 bloky se třemi mnou vyfocenými fotografiemi, pod kterými se nachází tlačítka odkazující na další stránky.

Pohoda, klídek a kávička!



V naší kavárně najdete pouze **výběrovou kávu**, kterou Vám připraví ti nejlepší baristé z okolí.

KONTAKT



Nacházíme se v Pardubicích na Třídě Míru. Přijď k nám jen tak posedět a nasát **pohodovou atmosféru!**

REZERVACE



Naše **menu je pestré**, každý z Vás si u nás něco zamiluje! Neváhej a koukni se do našeho menu.

MENU

Obrázek 41: Úvodní stránka, část 2

V třetí části je tlačítka odkazující na YouTube kanál. Vedle něj je ukázka tutoriálu na přípravu kávy ze zmiňovaného YouTube kanálu.

Sleduj naše tutoriály na YouTube!

TUTORIÁLY NA PŘÍPRAVU KÁVY



Obrázek 42: Úvodní stránka, část 3

Poslední část stránky tvoří takzvaná patička webu. V patičce je nalevo vypsána otevírací doba a adresa kavárny. Napravo se nachází jednoduchý formulář pro přihlášení odběru novinek. Patička webu je na všech stránkách stejná.

Otevírací doba Po - Pá 8:00 - 19:00 So - Ne 9:00 - 18:00 Adresa Třída Míru 56 530 02 Pardubice © Caffelino 2022	Přihlaste se k odběru novinek Nikdy nezmeškejte žádné novinky z naší kavárny! E-mail <input type="text"/> <input type="button" value="ODESLAT"/>
---	--

Vytvořeno službou Webnode

Obrázek 43: Patička webu

17.2 Menu

Stránka „Menu“ je pouze orientační, není zde napsané celé menu. Je zde ale možné si stáhnout celý nápojový lístek. Ve spodní části se nachází specialita měsíce, která by se každý měsíc měnila.

The screenshot shows a website menu for coffee. At the top, there is a navigation bar with 'ÚVOD', 'MENU', and 'KONTAKT'. The main content is divided into two sections: 'Kávy' (Hot Coffees) and 'Studené kávy' (Cold Coffees). Each section lists several coffee drinks with their descriptions and prices. Below the cold coffee section, there is a button that says 'Čistý nápojový lístek lze stáhnout'. The 'Specialita měsíce' (Monthly Special) section features 'Blue Matcha Latte' with a detailed description and a price of 70 Kč. To the right of the text is a photograph of a glass cup filled with a blue matcha latte topped with white foam. At the bottom of the page, there is an orange footer containing contact information, a newsletter sign-up form, and a copyright notice for 2022.

Kávy	
Espresso 1 šlah espresso, 30 ml	40 Kč
Espresso Macchiato 1 šlah espresso + malou lžičkou mléčnat pány	40 Kč
Espresso Lungo 1 šlah espresso, 60 ml	45 Kč
Espresso Doppio 2 šlahy espresso, 60 ml	50 Kč
Cappuccino 1 šlah espresso + mléčnat pána, 180 ml	55 Kč
Latte Macchiato 1 šlah espresso + mléčnat pána, 220 ml	55 Kč
Flatwhite 2 šlahy espresso + mléčnat pána, 180 ml	65 Kč

Studené kávy	
Espresso na ledu 1 šlah espresso + led	40 Kč
Espresso Tonic 1 šlah espresso, 150 ml tonika + led	55 Kč
Ledové Latte 1 šlah espresso, 180 ml mléka + led	55 Kč
Ledové Cappuccino 1 šlah espresso, 150 ml mléka + led	55 Kč
Frappe rozpracovaný šlah espresso, 150 ml mléka, cukr a led	60 Kč
Affogato 2 šlahy espresso + kapeček vanilky	60 Kč
Cold Brew 12 hodin lacinovaný led	75 Kč


[Čistý nápojový lístek lze stáhnout](#)

Specialita měsíce

Blue Matcha Latte

Všechny zrajší mléka zeleného Matcha, které je vyrobené ze zelených čajových listů. Tato zelená, rozbitá Matcha, je obdoba list zelené, ale vyrábí se z listů částečně ferment. Tyto listy mají nižší obsah kofeinu a po smíchání se rozpouští ve vodě. Mějí zelenou zbarvení přibližně, jednoduše a lehkou chuť.

Cena: 70 Kč



Otevírací doba
Po – Pá 8:00 – 18:00
So – Ne 10:00 – 18:00

Adresa
Blue Mito 18
130 02 Praha 4
© Copyright 2022

Přihlaste se k odběru novinek
Měly nás můžete získat novinky z naší kavy

Číslo:

OKLADIT

Všechny údaje jsou v Kč

Obrázek 44: Stránka menu

17.3 Kontakt

Na stránce „Kontakt“ jsou uvedené všechny důležité informace ke kontaktování kavárny. Zásadní je zde mapa lokace kavárny.

ÚVOD MENU **KONTAKT**

Kontaktní informace


OZVĚTE SE NÁM

Natus error sit voluptatem accusantium doloremque.

Ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit sed quia consequuntur magni dolores.

Třída Míru 56, Pardubice 530 02
Telefon: +420 701 420 126
E-mail: caffelino@email.cz

Po - Pá: 8:00 - 19:00
So - Ne: 9:00 - 18:00



Otevírací doba
Po - Pá 8:00 - 19:00
So - Ne 9:00 - 18:00

Adresa
Třída Míru 56
530 02 Pardubice
© Caffelino 2022

Přihlaste se k odběru novinek
Nikdy nezmeškejte žádné novinky z naší kavárny!

E-mail

ODESLAT

Obrázek 45: Stránka kontakt

18. Závěr

Cílem mého maturitního projektu bylo vytvoření grafického portfolia a marketingové komunikace pro fiktivní kavárnu. Nejdříve bylo nutné vymyslet název a logo. Poté jsem se pustila do vytváření grafického manuálu a propagačních tiskovin. Součástí projektu je i marketingová část, kde jsem postupně prováděla základní analýzy společnosti jako jsou SWOT, STDC framework, zhodnocení konkurence, segmentace zákazníků a tvorba marketingových person. Dále byly založeny sociální sítě a vytvořen funkční responzivní web. Nakonec jsem tvořila obsah na sociální sítě, natočila jsem dvě videa na YouTube a vyfotila fotky v reálné kavárně, které byly použity nejen na sociálních sítích, ale i na dalších grafických pracích a webových stránkách.

Komplikace nastaly při tvorbě webu, kde nebylo možné použít vše, co bylo naplánované. Kdybych dělala projekt znovu, použila bych jiný online editor nebo bych vytvořila pouze grafický návrh. Přestože s webem nejsem spokojena, splňuje požadavky maturitního projektu a rezonuje s celkovou vizuální identitou vytvořené kavárny.

Nejvíce mě bavilo tvoření grafické stránky projektu. Myslím si, že kdyby se jednalo o skutečnou začínající firmu, byla by perfektně připravena pro prezentaci na internetu. Do budoucna doufám, že budu mít možnost pracovat na podobných, ale už reálných zakázkách.

19. Citovaná literatura

1. Adobe Illustrator. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator.
2. Adobe InDesign. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_InDesign.
3. Adobe Photoshop. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop.
4. Adobe Premiere Pro. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Premiere_Pro.
5. Adobe After Effects. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_After_Effects.
6. Výhody systému Webnode. *Webnode*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.webnode.cz/vyhody-systemu-webnode/>.
7. Centrum nápovědy pro Meta Business. *Meta for Business*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.facebook.com/business/help/205614130852988?id=765488040896522>.
8. *Pixabay*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://pixabay.com/>.
9. Vizuální identita NIDV. *NDIV - Národní institut dalšího vzdělání*. [Online] 2019. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.nidv.cz/o-nas/vizualni-identita-nidv>.
10. **Vachuda, Tomáš**. Vstup do světa logotvorby. *Logotvůrce*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://logotvurce.cz/kniha/#co-je-logo>.
11. **Tyl, Lukáš**. Logomanuál. *NETservis*. [Online] 2020. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.netservis.cz/slovník-pojmu/logomanual/>.
12. Vizitka. *Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://cs.wikipedia.org/wiki/Vizitka>.
13. Billboard. *Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard>.
14. **Bielková, Eliška**. Marketingová strategie aneb mapa k úspěchu vaší firmy. *eBrána*. [Online] 1. Leden 2020. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://ebrana.cz/blog/marketingova-strategie>.
15. **Krutiš, Martin**. Marketingový mix – reálné příklady zpracování mixů a strategií. *Online marketingový stratég - Michal Krutiš*. [Online] 6. Srpen 2021. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.krutis.com/marketingovy-mix-realne-priklady-zpracovani-mixu-a-strategii/>.
16. **Eckhardtová, Jana**. Segmentace, targeting, positioning. *Malá marketingová*. [Online] 25. Duben 2014. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://www.malamarketingova.cz/segmentacetrhu-targeting-positioning/>.
17. Persony v marketingu = Buyer Personas a jak je tvořit. *Buldok Marketing*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://blog.buldok-marketing.cz/persony-v-marketingu-a-jak-je-tvo%C5%99it>.

18. **Řezníček, Josef.** Tvoříme osoby pro obsahový marketing. *Včeliště*. [Online] 7. Zář 2016. [Citace: 27. Březen 2022.] <https://vceliste.cz/blog/tvorime-persony-pro-obsahovy-marketing/>.
19. STDC Marketing Framework (See Think Do Care) v praxi. *KREJTA*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://krejta.cz/marketingovy-slovník/stdc-framework/>.
20. **Černý, Michal.** SWOT analýza. *KISK ONLINE Tutorované kurzy pro veřejnost*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://kisk.phil.muni.cz/kiskonline/kreativita/vizualizace-a-presentace-informaci/swot-analyza>.
21. Sociální síť. *Sítě v hrsti*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://sitevhrsti.cz/socialni-site/>.
22. Instagram. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
23. Facebook. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
24. YouTube. *Wikipedia: the free encyclopedia*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>.
25. Webová stránka. *Wikipedie, otevřená encyklopedie*. [Online] [Citace: 27. Březen 2022.] https://cs.wikipedia.org/wiki/Webov%C3%A1_str%C3%A1nka.

20. Seznam obrázků

Obrázek 1: Prostředí Adobe Illustrator	8
Obrázek 2: Prostředí Adobe InDesign	9
Obrázek 3: Prostředí Adobe Photoshop	9
Obrázek 4: Prostředí Adobe Premiere Pro	10
Obrázek 5: Prostředí Adobe After Effects	10
Obrázek 6: Logo Webnode [zdroj].....	11
Obrázek 7: Prostředí Meta Business Suite	11
Obrázek 8: Logo Pixabay [zdroj]	11
Obrázek 9: Logo Caffelino, verze 2	12
Obrázek 10: Logo Caffelino, verze 1	12
Obrázek 11: Mockup grafického manuálu	13
Obrázek 12: Mockup vizitky	14
Obrázek 13: Mockup samolepky.....	14
Obrázek 14: Mockup plakátu, verze 1	15
Obrázek 15: Mockup plakátu, verze 2	15
Obrázek 16: Mockup billboardu	16
Obrázek 17: Mockup nápojového lístku	17

Obrázek 18: Mockup kelímku, typ 1	18
Obrázek 19: Mockup kelímku, typ 2	18
Obrázek 20: Mockup držáku na kelímky	18
Obrázek 21: Mockup zákaznické karty	19
Obrázek 22: Mockup dárkového poukazu	19
Obrázek 23: Persona Božena Blašková [zdroj]	22
Obrázek 24: Persona Simona Králová [zdroj]	22
Obrázek 25: Persona Lukáš Kopecký [zdroj]	23
Obrázek 26: Persona Radek Novotný [zdroj]	23
Obrázek 27: Webová prezentace Crosscafe [zdroj]	26
Obrázek 28: Webová prezentace Coffeeshop Company [zdroj]	26
Obrázek 29: Webová prezentace Café Bajer [zdroj]	27
Obrázek 30: Webová prezentace Pierre Coffee & Coctails [zdroj]	27
Obrázek 31: Logo Instagram [zdroj]	28
Obrázek 32: Logo Facebook [zdroj]	28
Obrázek 33: Logo YouTube [zdroj]	28
Obrázek 34: Mockup Instagramového profilu	29
Obrázek 35: Mockup Instagramového příspěvku	29
Obrázek 36: Mockup YouTube kanálu	30
Obrázek 37: Mockup Facebookové stránky	30
Obrázek 38: Miniatura 1	31
Obrázek 39: Miniatura 2	31
Obrázek 40: Úvodní stránka, část 1	32
Obrázek 41: Úvodní stránka, část 2	33
Obrázek 42: Úvodní stránka, část 3	33
Obrázek 43: Paticka webu	33
Obrázek 44: Stránka menu	34
Obrázek 45: Stránka kontakt	35

21. Seznam tabulek

Tabulka 1: Segmentace zákazníků kavárny	21
Tabulka 2: STDC framework zákazníka kavárny	24
Tabulka 3: SWOT analýza kavárny	25

22. Přílohy

22.1 Příloha 1: [Grafický manuál Caffelino](#)