

## **Abstrakt**

Cíl této práce je navrhnout komunikační kampaň pro zvýšení návštěvnosti webu [acp-terapie.cz](http://acp-terapie.cz) pro firmu Arthrex. Práce zjišťuje potřebné informace k sestavení kampaně pomocí polostrukturovaného rozhovoru. Práce zodpovídá výzkumnou otázku jak by měla firma zvýšit návštěvnost webu [acp-terapie.cz](http://acp-terapie.cz). Pro zvýšení návštěvnosti webu [acp-terapie.cz](http://acp-terapie.cz) by firma měla sledovat několik klíčových kroků. Nejprve je nutné identifikovat cílovou skupinu, kterou tvoří muži a ženy ve věku 40–60 let s aktivním životním stylem a středním až vyšším příjmem. Cílem kampaně je získat 500 nových pacientů ročně, což vyžaduje zvýšení návštěvnosti webu na 60 000 až 112 000 návštěv ročně. Pro oslovení této skupiny by měla firma využít kombinaci PPC reklamy, sociálních médií, PR a reklamy v čekárnách, aby zvýšila povědomí a přilákala návštěvníky na web. Mediální mix a rozpočet by měly být pružně přizpůsobeny na základě prvních měsíců kampaně a dat získaných z konverzí a diagnostiky. Evaluace efektivity kampaně by měla probíhat průběžně s využitím analýzy dat a feedbacku od lékařů.