

POLITECHNIKA ŁÓDZKA

WYDZIAŁ ORGANIZACJI I ZARZĄDZANIA

KATEDRA INNOWACJI I MARKETINGU

**STUDIA PODYPLOMOWE
ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE DYSTRYBUCJĄ**

Łukasz Frankowski

PRACA DYPLOMOWA

PROMOCJA INTERNETOWA W SEKTORZE MSP NA PODSTAWIE WITRYN PPHU KAPILAR

**PRACA NAPISANA
POD KIERUNKIEM
dr Konstantego Owczarka**

SPIS TREŚCI

WSTĘP	1
ROZDZIAŁ 1 - PRZEDSIĘBIORSTWO KAPILAR JAKO PRZEDSTAWICIEL SEKTORA MSP	5
PRZEDSTAWIENIE FIRMY KAPILAR	5
OFERTA KAPILARA – OBSZARY DZIAŁANIA	8
<i>Grupa asortymentowa – neony</i>	9
<i>Grupa asortymentowa – termometry</i>	12
<i>Grupa asortymentowa – szkło AGD</i>	15
<i>Grupa asortymentowa – szkło dekoracyjne</i>	16
<i>Grupa asortymentowa – szkło laboratoryjne</i>	19
<i>Grupa asortymentowa – rury szklane</i>	19
<i>Usługi naprawy szkła</i>	20
„IMAGE” KAPILARA - WIZERUNEK FIRMY I REKLAMA POŚREDNIA	21
<i>Znak graficzny – logo</i>	22
<i>Kolorystyka i kroje pisma</i>	24
<i>Wizytówki, papier i teczki firmowe</i>	26
<i>Upominki – gadżety reklamowe</i>	28
<i>Plansze reklamowe i oznakowanie środków transportu</i>	29
REKLAMA BEZPOŚREDNIA W PPHU KAPILAR	32
<i>Technika pisania tekstów reklamowych-listy reklamowe</i>	34
<i>Katalogi firmowe, broszury</i>	36
ROZDZIAŁ 2 – PROMOCJA INTERNETOWA W FIRMIE KAPILAR	38
TWORZENIE PROMOCJI INTERNETOWEJ	38
<i>Wybór domen internetowych</i>	38
<i>Tworzenie serwisów WWW</i>	41
WITRYNA FIRMOWA PPHU KAPILAR	45
<i>Internetowy sklep neonowy E-NEONY.COM</i>	49
<i>Sklep z termometrami i szkłem E-TERMOMETRY.COM/E-SZKLO.COM</i>	52
<i>Pozycjonowanie stron internetowych</i>	54
<i>Utrzymanie i rozwój serwisów WWW</i>	56
<i>E-mail marketing</i>	58
<i>Linki sponsorowane</i>	60
KONTROLA I POMIAR SKUTECZNOŚCI PROMOCJI INTERNETOWEJ	62
<i>Formy i metody kontroli promocji internetowej</i>	64
<i>Analiza odwiedzin serwisów WWW</i>	66
ANKIETY INTERNETOWE	68
ZAKOŃCZENIE	71