DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o.
Ke Kamenci 151, Pardubice

IRISMEMORIES

Krása v lidském oku

Filip Kopecký
4.A
Informační technologie (18-20-M/01)
2024/2025


IRISMEMORIES

Prohlašuji, že jsem maturitní projekt vypracoval samostatně…… .

V Pardubicích, dne…31.3

…….

Filip Kopecký

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	Filip Kopecký
Pro školní rok:	2024/2025
Třída:	4. A
Obor:	Informační technologie 18-20-M/01
Téma práce:	IrisMemories.cz
Vedoucí práce:	Mgr. Bc. Olga Wenemoser

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

Cíl projektu:
Cílem tohoto projektu je vytvořit a prezentovat grafickou identitu a marketingovou strategii pro IrisMemories.cz. Tento projekt se zaměřuje na zviditelnění jedinečné krásy a hloubky lidských duhovek prostřednictvím uměleckých fotografií očí, které jsou následně transformovány do různých vizuálních formátů.
Způsob zpracování:

1. **Tvář značky IrisMemories:**

Kdo je IrisMemories.cz ? Představení značky, její mise a její vize. Popis, jak chce být viděna ze strany zákazníků.

2. **Výzkum a analýza trhu:**

Analýza trhu a konkurenčního prostředí, zjištění současných trendů v oblasti focení očí a vizuální identity.

3. **Návrh grafické identity:**

Tvorba loga, barevné palety, typografie a dalších vizuálních prvků, které budou reprezentovat značku IrisMemories.cz

4. **Cílové skupiny IrisMemorie:**

Identifikace cílových skupin – pro koho je tvorba určena, kdo jsou zákazníci IrisMemories.cz. Tvorba person, aneb ideální zákazníci, a určení vhodných komunikačních kanálů.

5. **Marketingová strategie:**

Navržení marketingové strategie zahrnující on-line a off-line aktivity, které podpoří zvolené cíle jimiž jsou: zvýšení povědomí o značce, zvýšení počtu zákazníků a udržení stávajících zákazníků.

6. **Implementace a prezentace:**

Implementace navržené grafické identity do různých médií a příprava prezentace projektu.

7. **Prezentace a obhajoba:**

Struktura prezentace:

a) **Úvod**

Krátké představení sebe a projektu IrisMemories.cz. Vysvětlení, proč jsem si zvolil tento projekt jako téma maturitní práce.

b) **Cíl projektu:**

Definice hlavního cíle projektu. Krátké shrnutí problému, který projekt řeší a určení, jaké příležitosti využívá.

c) **Popis projektu:**

Vysvětlení, co je hlavní náplní IrisMemories.cz – focení očí a tvorba uměleckých fotografií očí. Představení hlavních produktů a služeb, které nabízíme (např. digitální fotografie, tisk na PVC desku, sklo, plátno, fotopapír)

d) **Plánovaný postup práce:**

Představení hlavních kroků, které plánujeme podniknout při tvorbě grafické identity a marketingové strategie. Stručný přehled jednotlivých fází projektu (výzkum, návrh, implementace, evaluace).

e) **Očekávané výsledky:**

Prezentace očekávaných výsledků projektu (např. zvýšení povědomí o značce, nárůst zákazníků) a metrik, které využiji pro proměření úspěchu svého projektu. Příprava obhajoby.

Hodnocení:

Projekt bude hodnocen na základě následujících kritérií:

- Kvalita dokumentace

- Kvalita zpracování grafické identity značky
- Úroveň marketingové komunikace
- Úroveň prezentace a obhajoby projektu
- Kreativita a originalita řešení

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

- září 2024 – listopad 2024: rešerše a zpracování dat, orientace na grafickou část
- listopad 2024 – únor 2025: příprava prezentace, orientace na marketingovou část
- únor 2025 – duben 2025: propojení částí, kompletace projektu

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval všem, kteří mě při realizaci tohoto projektu podporovali. Velké díky patří mé rodině a přátelům za jejich trpělivost a povzbuzení během mé práce na projektu. Zvláštní poděkování patří Mgr. Bc. Olze Wenemoser za její odborné vedení, cenné rady a konzultace, které mi umožnily projekt úspěšně dokončit.

Obrovský dík patří také Richardu Beniškovi, bez jehož podpory a inspirace bych nikdy nezačal a neobjevil kouzlo fotografie. Jeho vedení, motivace a odborné rady byly klíčové při zrodu projektu IrisMemories.cz, který se stal významnou součástí mého osobního i profesního života.

Všem, kteří přispěli k realizaci této práce, patří mé upřímné díky.

Anotace & Klíčová slova

Anotace

Maturitní projekt **IrisMemories.cz** se zaměřuje na vytvoření a prezentaci jedinečné grafické identity a marketingové strategie pro inovativní koncept focení a umělecké prezentace lidských očí. Cílem projektu je nejen zvýšení povědomí o značce, ale také vytvoření dlouhodobé vize zahrnující expanzi na nové trhy a vývoj automatizovaných technologií pro personalizaci a škálování výroby. Práce zahrnuje analýzu trhu, návrh produktů, strategie expanze a přehled plánovaných inovací.

Klíčová slova

IrisMemories, grafická identita, marketingová strategie, focení očí, automatizace, branding, expanze, inovace.

Annotation

The graduation project **IrisMemories.cz** focuses on the creation and presentation of a unique graphic identity and marketing strategy for an innovative concept of photographing and artistic presentation of human eyes. The aim of the project is not only to increase brand awareness but also to establish a long-term vision, including expansion into new markets and the development of automated technologies for personalization and scaling of production. The project includes market analysis, product design, expansion strategies, and an overview of planned innovations.

Key words

IrisMemories, graphic identity, marketing strategy, eye photography, automation, branding, expansion, innovation

Obsah

Úvod **11**
IrisMemories: Příběh značky **13**
1.1 Začali jsme od nuly 13
1.2 Využití moderních technologií 13
1.3 Vývoj produktů 13
1.3.1 Obrazy na míru 14
1.3.2 Personalizované předměty 14
1.3.3 Interaktivní produkty a kreativní edice 14
1.3.3 Voucherové služby 14
Design a vizuální identita značky IrisMemories **16**
2.1 Barvy, loga a fonty 16
2.2 Vizuální identita plánované pobočky 16
2.3 Příklady použitých materiálů 16
Distribuční kanály: Od e-shopu po plán expanze **17**
3.1 E-shop 17
3. 2 Kamenná prodejna 18
3. 2. 1 Důvody pro expanzi 18
3.2.2 Výběr lokace v Praze (důležité faktory a analýza) 18
3.2.3 Prostorové požadavky pobočky 19
3.2.4 Počáteční náklady na otevření pobočky 19
3.2.5 Provozní náklady 20
3.2.5.1 Energie, personál a údržba 20
3.2.5.2 Struktura zaměstnanců a náklady na personál 20
3.2.6 Predikce ziskovosti a návratnost investice 20
Ceny našich produktů a cenová politika **21**
4.1 Ceny našich produktů a cenová politika 21
4.2 Základní varianta – dostupná pro každého 21
4.3 Další možnost za příplatek – vylepšete svůj obraz 21
4.3.1 Individuální možnosti – luxus na míru 22
4.3.2 Proč tato cenová politika funguje? 22
4.4. Shrnutí 22
Propagace značky **24**
5.1 Branding značky IrisMemories 24
5.2 Marketingové kanály 24
5.2.1 Webové stránky 24
5.2.2 Sociální sítě (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, LinkedIn) 25
5.2.3 Využití TikToku pro akvizici zákazníků 25
5.2.3 PPC reklamy 26
5.2.4 B2B spolupráce (Slevomat, realitní kanceláře, designéři, dárkové programy) 27
5.2.5 E-mail marketing a automatizace komunikace 27
5.3 Kampaně a ukázky úspěšné propagace 27

5.3.1 Vánoční kampaň: „Lepší dárek už neuvidíš“ 28
5.3.2 Soutěže o vouchery 28
5.3.3 Ukázky spolupráce (B2B) 28
5.3.4 Reklama na dárky k Valentýnu 29
5.3.5 Inspirace z nedostatků 29
5.3.6 Budoucí kampaně 29
Výzkum a analýza trhu 30
6.1 Konkurence: Iris Galerie, Eyemazy 30
6.2 Trendy v oblasti focení očí 30
6.3 Výhody a nevýhody konkurence 31
6.4 Strategie IrisMemories vůči konkurenci 31
Vize značky 32
7.1 Plánovaný vývoj automatů a aplikace 32
7.1.2 Výhody automatizace pro škálování 32
7.2 Zahraniční expanze 33
7.3 Dlouhodobé cíle 33
Hledání investora a financování 35
8.1 Hledání strategického investora 35
8.2 Jednání s investorem 35
8.3 Financování a možnosti růstu 35
8.4 Přínos investora 36
Zhodnocení a poznatky z praxe 37
9.1 Poznatky z PPC kampaní 37
9.2 Spolupráce s influencery – úspěchy a neúspěchy 37
9.3 Budoucí strategie a doporučení 38
Závěr 40
Seznam zdrojů 42

Přílohy: 43
Příloha č. 1: Prezentace obrazů v interiéru 43
Příloha č. 2: Ukázky zakázek pro jednotlivce i rodiny 43
Příloha č. 3: Instagramový obsah a vizuální styl značky 43
Příloha č. 4: Dárkové produkty a personalizované doplňky 43
Příloha č. 5: Offline propagace a veřejná prezentace značky 43
Příloha č. 6: Výstava v kavárně Dobrý Kafe 44
Příloha č. 7: Sezónní kampaně a vizuály 44

Úvod

Projekt **IrisMemories.cz** představuje revoluční přístup k umělecké tvorbě, který propojuje technologii, estetiku a osobní emoce. Jeho hlavním cílem je nabídnout zákazníkům možnost zachytit jedinečnou krásu a hloubku lidských duhovek a přetvořit ji do uměleckých děl, která mohou sloužit jako památka, originální dárek nebo interiérový prvek. Tento koncept vychází z přesvědčení, že každý pohled má svůj vlastní příběh a každé oko je oknem do duše.

IrisMemories.cz je výsledkem několikaleté práce a mého osobního nasazení. Projekt vznikl jako odpověď na nedostatek originálních a hluboce osobních dárků na trhu. Cílem bylo vytvořit produkt, který by byl nejen esteticky atraktivní, ale také jedinečný a nosil v sobě hlubší smysl. Skrze umělecké fotografie lidských očí projekt zdůrazňuje krásu individuality a vytváří díla, která v sobě nesou hodnotu vzpomínek a emocí.

Představení projektu IrisMemories.cz

IrisMemories.cz je značka zaměřená na tvorbu uměleckých fotografií lidských očí. Jejím cílem je přetvořit pohled každého člověka do jedinečného vizuálního díla. Projekt nabízí zákazníkům širokou škálu produktů, včetně obrazů na plátně, akrylového skla, fotopapíru, přívěsků, krytů na telefony a dalších personalizovaných předmětů. Produkty lze upravit podle individuálních přání klientů, což zaručuje, že každý výtvor je skutečně unikátní.

Hlavním zaměřením projektu je zdůraznit krásu lidského oka, jehož detaily a barvy často unikají běžnému pohledu. Technologie používaná při fotografování umožňuje zachytit tyto detaily s neuvěřitelnou přesností, čímž se vytváří produkt, který nejen zachytává estetiku, ale také vypráví příběh.

Cíle projektu

Hlavní cíle projektu IrisMemories.cz zahrnují:

- **Zachycení jedinečnosti každého zákazníka:** Vytvořit produkt, který odráží individualitu a krásu každého oka.
- **Zviditelnění značky:** Vybudovat povědomí o značce na českém trhu a postupně expandovat na zahraniční trhy.
- **Inovace v oboru:** Vyvíjet nové technologie a produkty, jako jsou samoobslužné automaty na fotografování očí, které zjednoduší proces a umožní expanzi.
- **Rozšíření produktové nabídky:** Zavádění nových produktů, které využívají již pořízené fotografie, například přívěsky, šperky nebo interiérové doplňky

- **Automatizace a efektivita:** Minimalizovat provozní náklady a zjednodušit procesy pomocí automatizace, čímž se projekt stane udržitelným a škálovatelným.

Mise a vize značky

Mise: Poskytnout zákazníkům zážitek, který překračuje hranice běžné fotografie. Nabídnout produkt, který má emocionální hodnotu a dokáže zachytit krásu a jedinečnost každého člověka.

Vize: Stát se lídrem v oblasti personalizovaných uměleckých produktů, které kombinují moderní technologii, umění a emoce. V dlouhodobém horizontu vybudovat síť poboček a automatů po celém světě, které budou nabízet snadný a rychlý přístup k této jedinečné službě.

Značka IrisMemories.cz chce být vnímána jako symbol kvality, inovace a jedinečnosti. Jejím cílem je oslovit nejen jednotlivce, ale také rodiny, páry a dokonce i firmy, které hledají unikátní dárky nebo interiérové doplňky.

IrisMemories: Příběh značky

1.1 Začali jsme od nuly

Projekt **IrisMemories.cz** vznikl jako výsledek vize vytvořit něco jedinečného a osobního. Začal jsem od úplné nuly – bez jakýchkoliv zkušeností nebo zázemí. Myšlenka vznikla ve chvíli, kdy jsem hledal nový směr svého života a snažil se najít způsob, jak propojit kreativitu, technologii a potřeby zákazníků. Inspirovala mě myšlenka zachytit jedinečnou krásu lidského oka a vytvořit z něj umělecké dílo, které nejen uchovává vzpomínky, ale také dokáže zdobit interiér nebo sloužit jako originální dárek.

První kroky byly náročné. Naučil jsem se vše od základů – od technických aspektů fotografování až po práci s moderními grafickými nástroji. Vše jsem si musel obstarat sám, od první techniky po vybavení pro zpracování fotografií. Díky tvrdé práci a odhodlání se mi podařilo překonat překážky a postupně budovat značku, která nyní nabízí jedinečné produkty a služby.

1.2 Využití moderních technologií

Technologie hrají v IrisMemories.cz klíčovou roli. Díky nejnovějším nástrojům a metodám dokážeme zachytit detaily lidského oka s neuvěřitelnou přesností. Proces začíná fotografováním pomocí specializovaného zařízení, které dokáže detailně zaznamenat texturu a barvy duhovky. Následně se snímky upravují v profesionálních grafických programech, kde dochází k doladění detailů a barevného podání.

Další technologií je pokročilý tisk, který umožňuje přenést obrazy na různé materiály, jako jsou fotoplátna, akrylové sklo nebo kov. Výsledkem je produkt, který kombinuje špičkovou kvalitu a jedinečný design.

Do budoucna plánuji implementovat automatizační technologie, které by umožnily efektivnější produkci a zároveň vytvoření samoobslužných stanic, kde si zákazníci budou moci svůj produkt vytvořit sami.

1.3 Vývoj produktů

Od prvních fotografií až po současnou nabídku produktů byl vývoj **neustálým procesem inovace, učení a přizpůsobování se zákaznickým požadavkům**. Dnes si zákazníci

mohou vybrat z široké škály produktů, které propojují **umění, personalizaci a interaktivní zážitek**.

1.3.1 Obrazy na míru

Fotografie duhovky lze tisknout na různé materiály, což umožňuje přizpůsobení produktu podle vkusu zákazníka:

- **Fotoplátno** – prémiový vzhled s možností laminace pro dlouhou životnost.
- **Akrylové sklo** – moderní design s vysokým leskem a hloubkou obrazu.
- **Fotopapír** – cenově dostupná varianta pro ty, kteří si chtějí obraz zarámovat dle vlastních preferencí.
- **PVC desky** – odolný materiál vhodný pro moderní interiéry.

1.3.2 Personalizované předměty

Pro zákazníky, kteří hledají originální doplňky, jsme vytvořili kolekci **personalizovaných produktů**, kde se umění duhovky propojuje s každodenními předměty:

- **Náhrdelníky a náramky** – elegantní šperky s detailně vytištěnou duhovkou na medailonku.
- **Obaly na telefon** – ochranný kryt s unikátním designem na míru.
- **Přívěsky na klíče** – drobný, ale významný doplněk se silnou symbolikou.
- **Dárkové předměty** – možnost tisku duhovky na hrnky, magnetky či placky.

1.3.3 Interaktivní produkty a kreativní edice

Rozšiřujeme naši nabídku o produkty, které přinášejí **zábavný a kreativní rozměr**:

- **LEGO personalizace** – sada, kde si zákazník může **postavit svou vlastní duhovku** z LEGO kostiček.
- **Vybarvi si své oči** – speciální tisk s **očíslovanými barevnými segmenty**, kde si zákazník může **vybarvit svou vlastní duhovku** podobně jako omalovánky podle čísel.
- **DIY sety** – možnost sestavit si vlastní dekoraci s duhovkovým motivem.

1.3.3 Voucherové služby

Dárkové poukazy na focení jsou stále oblíbenou variantou, která umožňuje zákazníkům darovat **nezapomenutelný zážitek**:

- **Elektronické vouchery** – okamžité doručení e-mailem.
- **Tištěné vouchery** – prémiové balení vhodné jako luxusní dárek.
- **Limitované edice** – speciální sezónní designy (například vánoční, valentýnské).

Díky této **neustále rozšiřující se nabídce** si u nás každý zákazník najde produkt, který odpovídá jeho stylu, vkusu i potřebám. **IrisMemories** tak propojuje personalizované umění s kreativitou a moderními trendy.

Design a vizuální identita značky IrisMemories

Vizuální identita značky IrisMemories.cz je klíčovým prvkem pro komunikaci se zákazníky. Design je navržen tak, aby vyjadřoval jednoduchost, eleganci a zaměření na detail. Kombinuje minimalistické prvky s kontrastem černé a bílé, což zdůrazňuje jedinečnou krásu samotných očí.

2.1 Barvy, loga a fonty

- **Barvy:** Hlavními barvami jsou černá a bílá, které tvoří čisté a minimalistické pozadí pro obrazy očí. Dalšími doplňkovými barvami jsou jemné odstíny šedé, které nenarušují hlavní vizuální prvky.
- **Logo:** Logo je jednoduché, čisté a snadno zapamatovatelné. Používá výrazné písmo, které zdůrazňuje moderní a profesionální charakter značky.
- **Fonty:** Značka používá elegantní bezpatkové písmo, které je dobře čitelné a ladí s celkovým minimalistickým designem.

2.2 Vizuální identita plánované pobočky

Plánovaná pobočka v Praze bude odrážet hodnoty značky:

- **Interiér:** Moderní, minimalistický design, který kombinuje prvky černé a bílé s jemnými dřevěnými akcenty. Hlavním vizuálním prvkem budou velkoformátové obrazy očí, které budou zdobit stěny.
- **Exteriér:** Jednoduchá a čistá fasáda s výrazným logem, které bude viditelné i z větší vzdálenosti.
- **Obalová grafika:** Obaly na produkty budou navrženy v souladu s vizuální identitou značky. Použití prémiových materiálů zaručí, že produkty budou zákazníkům doručeny v perfektním stavu.

2.3 Příklady použitých materiálů

- **Plakáty:** Propagační plakáty, které zdůrazňují jedinečnost a kvalitu produktů.
- **Pozvánky:** Stylové pozvánky na vernisáže, výstavy a další akce spojené se značkou.
- **Prezentace:** Graficky zpracované brožury, které představují značku, její produkty a vizi.

Distribuční kanály: Od e-shopu po plán expanze

Značka IrisMemories.cz zahájila svůj provoz jako online platforma zaměřená na prodej uměleckých fotografií očí. E-shop byl ideálním výchozím bodem, který umožnil testovat trh, navázat vztahy se zákazníky a postupně rozvíjet produktovou nabídku. S růstem značky a zvyšující se poptávkou se však ukázala potřeba fyzického prostoru, kde by zákazníci mohli zažít unikátní zážitek spojený s focením očí a osobním výběrem produktů.

Plán expanze zahrnuje otevření první kamenné prodejny v Praze, která bude sloužit jako reprezentativní místo pro značku, a následně zavedení automatizovaných samoobslužných stanic na klíčových turistických místech. Tento krok umožní nejen zvýšit dostupnost služeb, ale také zefektivnit procesy a snížit provozní náklady.

3.1 E-shop

E-shop **IrisMemories.cz** je základním stavebním kamenem značky. Je navržen tak, aby zákazníkům poskytl jednoduchý a přehledný způsob, jak objednat produkty a služby. Klíčové vlastnosti e-shopu zahrnují:

- **Intuitivní uživatelské rozhraní:** Jednoduchá navigace, která umožňuje zákazníkům snadno najít požadovaný produkt a dokončit objednávku.
- **Personalizace:** Možnost zákazníka vybrat si materiál, velikost a formát obrazu.
- **Vizuální prezentace:** Detailní fotografie produktů, které zákazníkům umožňují vidět kvalitu a design nabízených výrobků.
- **Rezervační systém:** Možnost rezervace termínu na focení přímo přes e-shop.
- **Zákaznická podpora:** Sekce často kladených otázek a kontaktní formulář pro rychlou komunikaci.

Do budoucna plánujeme zjednodušit uživatelské rozhraní e-shopu, aby se minimalizovala možnost zmatení zákazníků, a rozšířit nabídku o nové produkty, jako jsou šperky nebo kryty na telefon.

3. 2 Kamenná prodejna

Kamenná prodejna je dalším krokem v rozvoji značky. Tento fyzický prostor bude sloužit jako reprezentativní místo, kde se zákazníci budou moci osobně seznámit s produkty a zažít celý proces od focení až po finální výběr obrazu. Plánovaná prodejna v Praze nabídne:

- **Prostor pro focení:** Profesionálně vybavené studio pro focení očí.
- **Výstavní prostor:** Galerie produktů, kde si zákazníci mohou prohlédnout různé materiály a formáty.
- **Zákaznický servis:** Osobní přístup, který zaručí maximální spokojenost zákazníků.

3. 2. 1 Důvody pro expanzi

Expanze do kamenné prodejny je důležitým krokem pro další růst značky. Hlavní důvody zahrnují:

- **Zvýšení povědomí o značce:** Fyzická přítomnost v centru Prahy zajistí větší viditelnost a přístup k turistům.
- **Zlepšení zákaznické zkušenosti:** Osobní přístup a možnost zažít celý proces focení přináší zákazníkům unikátní zážitek, který online platforma nemůže zcela nahradit.
- **Rozšíření nabídky:** Kamenná prodejna umožní prezentovat nové produkty a poskytovat služby, které vyžadují osobní interakci, například poradenství při výběru materiálů nebo formátů.
- **Turisté jako hlavní cílová skupina:** Praha jako jedna z nejnavštěvovanějších destinací v Evropě nabízí obrovský potenciál pro zahraniční zákazníky, kteří hledají jedinečné a originální produkty a hledají způsob, jak uchovat své vzpomínky prostřednictvím jedinečného produktu

3.2.2 Výběr lokace v Praze (důležité faktory a analýza)

Výběr správné lokace je klíčový pro úspěch kamenné prodejny. Po důkladné analýze byly zvažovány následující faktory:

- **Turistická atraktivita:** Karlova ulice v blízkosti Karlova mostu je ideální díky vysoké frekvenci turistů.
- **Viditelnost:** Prostor na rušné ulici zajistí, že prodejna nebude přehlédnuta.
- **Dostupnost:** Lokalita snadno dostupná pěšky i veřejnou dopravou je klíčová pro přilákání širokého spektra zákazníků.

- **Cena:** I když je nájem na Karlově ulici vysoký, jeho návratnost spočívá v neustálém toku potenciálních zákazníků, zejména zahraničních turistů.
- **Konkurence:** V oblasti se nenachází přímá konkurence, což umožňuje budování exkluzivního postavení značky.

3.2.3 Prostorové požadavky pobočky

Plánovaná pobočka bude navržena tak, aby se maximálně využil dostupný prostor. Hlavní požadavky zahrnují:

- **Velikost:** Ideální prostor o velikosti 20–40 m², který poskytne dostatek místa pro studio, výstavní plochu a zákaznický servis.
- **Vybavení:** Profesionální technika pro focení očí, výstavní regály a vitríny pro prezentaci produktů.
- **Design:** Moderní a minimalistický interiér v souladu s vizuální identitou značky. Použití černé a bílé barvy s dřevěnými akcenty pro elegantní vzhled.
- **Zázemí:** Zázemí pro zaměstnance, skladovací prostor pro materiály a vybavení.

3.2.4 Počáteční náklady na otevření pobočky

Otevření první kamenné prodejny je klíčovým krokem v expanzi značky. Počáteční náklady zahrnují:

- **Nájem prostor:** Prémiové lokality, jako je Karlova ulice v Praze, vyžadují měsíční náklady na nájem okolo **302 500 Kč**.
- **Zařízení:** Zařízení prostoru (nábytek, světla, dekorační prvky) činí přibližně **200 000 Kč**.
- **Technologie:** Investice do tiskového zařízení, software pro zpracování obrazu a dalších technologií činí zhruba **400 000 Kč**.

Celkové počáteční náklady se pohybují v rozmezí **900 000 – 1 000 000 Kč**.

3.2.5 Provozní náklady

Provoz pobočky je spojen s několika klíčovými výdaji:

3.2.5.1 Energie, personál a údržba

- **Energie:** Odhadované náklady na elektřinu a další energie činí **5 000 Kč měsíčně**.
- **Personál:** Na provoz pobočky jsou potřeba minimálně dva zaměstnanci, což představuje měsíční náklady na mzdy ve výši **100 000 Kč**.
- **Údržba a provoz:** Zahrnuje pravidelnou údržbu technologií, úklid a další provozní výdaje v hodnotě **10 000 Kč měsíčně**.

3.2.5.2 Struktura zaměstnanců a náklady na personál

Pro provoz pobočky je klíčová správná struktura zaměstnanců:

- **Fotograf/technik:** Zodpovědný za samotné fotografování a zpracování obrazů.
- **Obchodní asistent:** Poskytuje zákaznický servis, vyřizuje objednávky a pomáhá s výběrem produktů.

Celkové měsíční provozní náklady činí zhruba **405 000 Kč**.

3.2.6 Predikce ziskovosti a návratnost investice

Aby pobočka dosáhla zisku, je nutné splnit stanovený objem prodeje. Předpokládaná návratnost investice je stanovena na **12–18 měsíců**, za předpokladu, že bude dosaženo těchto minimálních prodejů:

- **Jedno oko (fotoplátno, 2 499 Kč):** Nutný prodej **6 kusů denně**.
- **Dvě oči (fotoplátno, 3 499 Kč):** Nutný prodej **4 kusů denně**.

Pokud bude strategicky využito marketingových nástrojů a atraktivní lokality, návratnost se může urychlit.

Ceny našich produktů a cenová politika

4.1 Ceny našich produktů a cenová politika

Chceme, aby si **každý mohl dovolit jedinečné umění své duhovky**, proto jsme vytvořili **jednoduchý a přehledný systém**, kde si zákazník snadno vybere základní variantu nebo si svůj obraz přizpůsobí podle vlastních preferencí.

4.2 Základní varianta – dostupná pro každého

Každý by měl mít možnost vlastnit jedinečný obraz své duhovky. Proto nabízíme **fotopapír (30×40 cm) bez efektu** jako cenově nejdostupnější variantu:

- **Jedno oko** – **890 Kč**
- **Dvě oči (párové)** – **1 890 Kč**
- **Tři oči (rodinné)** – **2 890 Kč**
- **Čtyři oči (rodinné/přátelské)** – **3 390 Kč**
- **Jednoduchý systém** – každý si snadno vybere a neztratí se v možnostech Možnost
- **rozšíření** – základní varianta je dostupná, ale lze ji vylepšit podle preferencí.

4.3 Další možnost za příplatek – vylepšete svůj obraz

Ne každý hledá to samé. Proto dáváme možnost personalizace – od efektů přes různé materiály až po velikosti a povrchové úpravy.

Digitální verze pro vlastní tisk – **590 Kč**

- Obdržíte soubor ve vysokém rozlišení, který si můžete nechat vytisknout podle vlastních představ.

Efekty na míru – **490 Kč**

- Speciální sezónní úpravy, které dodají obrazu ještě větší hloubku a emoci. Například **valentýnský srdíčkový efekt**, dramatická světelná úprava nebo prémiové designové efekty dostupné jen v určitém období.

Možnost dopsání vlastního textu – **190 Kč**

- Přidejte jméno, datum nebo osobní věnování a vytvořte tak opravdu unikátní dárek.

Prémiový tisk na fotoplátno

- Chcete luxusní vzhled? Nabízíme kvalitní tisk na plátno:
    - **30×40 cm** – **990 Kč**
    - **60×80 cm** – **1 590 Kč**
- Fotoplátno dodává obrazu umělecký nádech, má vysokou odolnost a je **nejpopulárnější volbou mezi zákazníky**.

Tisk na PVC desku – od **990 Kč**

- Elegantní a odolné řešení, které skvěle vypadá v moderních interiérech.

Fotopapír ve větších rozměrech – cena dle domluvy

- Pokud chcete **větší formát než 30×40 cm**, nabízíme **zakázkový tisk na míru**.

Lakování pro dlouhou životnost – **490 Kč**

- Ochranný UV lak zajistí **odolnost proti poškození, vyblednutí a garantuje životnost až 40 let**.

4.3.1 Individuální možnosti – luxus na míru

Pro **náročnější zákazníky** nabízíme i další exkluzivní materiály a rozměry. **Pokud máte speciální požadavky, dokážeme zajistit téměř cokoliv** – stačí se domluvit. **Neomezujeme se jen na to, co je v nabídce.**

4.3.2 Proč tato cenová politika funguje?

Dostupná základní verze pro každého – i za nejnižší cenu dostanete kvalitní produkt.
Možnost přizpůsobení – zákazníci si mohou produkt vylepšit podle vlastních preferencí.
Transparentní ceny – žádné skryté poplatky, vše jasně rozepsané.
Flexibilita – každý si vybere, co mu nejvíce vyhovuje a vytvoří si personalizovaný obraz.

4.4. Shrnutí

Tento **cenový systém je navržen tak, aby každý snadno pochopil možnosti výběru** a zároveň měl prostor pro personalizaci.

Jednoduchost pro každého – jasná nabídka, kde se zákazník neztratí.
Flexibilita pro náročné – možnost přizpůsobení na míru.
Kvalita v každé variantě – ať už si vyberete fotopapír nebo prémiové plátno, dostanete perfektní výsledek.

Propagace značky

Marketingové strategie projektu **IrisMemories.cz** jsou zaměřeny na zvýšení povědomí o značce, oslovení nových zákazníků a budování pevného vztahu s cílovou skupinou. Kombinují moderní online nástroje s tradičními offline aktivitami a kladou důraz na unikátní estetiku a emoce, které produkty přinášejí.

5.1 Branding značky IrisMemories

Branding je základním pilířem strategie značky. Klíčem je vytvoření konzistentního vizuálního a emocionálního dojmu, který zákazníci rozpoznají a propojí s hodnotami značky.

- **Logo a vizuální identita:** Minimalistický design loga a černobílá barevná paleta podtrhují luxusní a umělecký charakter značky. Použití jemných akcentů barev pro zvýraznění konkrétních kampaní.
- **Slogan:** „Zachyťte vzpomínku, která je jen vaše“ vyjadřuje osobní přístup a jedinečnost produktů.
- **Zákaznická zkušenost:** IrisMemories klade důraz na přátelskou a profesionální komunikaci, kvalitní produkty a jedinečný zážitek při každé objednávce.

5.2 Marketingové kanály

Marketingová strategie **IrisMemories.cz** spočívá v kombinaci **digitálních a offline marketingových kanálů**, které pomáhají oslovit širokou cílovou skupinu a budovat **dlouhodobý vztah se zákazníky**. Zatímco **webové stránky a e-shop fungují jako hlavní prodejní kanál**, sociální sítě, PPC reklamy a B2B spolupráce zajišťují akvizici nových zákazníků.

5.2.1 Webové stránky

Web **IrisMemories.cz** je klíčovým nástrojem pro prodej a prezentaci značky. Hlavním cílem je zajistit **intuitivní uživatelský zážitek, jednoduchý nákupní proces a optimalizaci pro vyhledávače (SEO)**.

- **E-shop optimalizovaný pro rychlou konverzi** – přehledné rozdělení produktů, intuitivní konfigurátor a snadná platební brána.
- **SEO strategie** – cílení na klíčová slova související s **personalizovaným uměním, originálními dárky a interiérovým designem**.

- **Obsahový marketing a blog** – články o procesu focení duhovek, inspirace pro dárky a příběhy zákazníků zvyšují organickou návštěvnost webu.

Využití webu jako marketingového nástroje
Webové stránky nejsou pouze prodejním kanálem, ale také **platformou pro budování důvěry**. Recenze zákazníků, ukázky realizací a autentický příběh značky zvyšují důvěryhodnost a podporují rozhodovací proces zákazníků.

5.2.2 Sociální sítě (Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest, LinkedIn)

Sociální sítě jsou **hlavním prostředkem pro budování brandu, engagement a organické šíření obsahu**. Každá platforma má své specifické využití:

- **Instagram** – vizuálně zaměřená platforma, ideální pro prezentaci produktů, storytelling a práci s influencery. Reels a Stories pomáhají **budovat vztah s publikem a udržovat komunitní interakci**.
- **Facebook** – platforma vhodná pro **komunitní správu, sdílení eventů a remarketingové kampaně**. Výhodou je možnost propojení s **Meta Ads**, které umožňují pokročilé cílení na zákazníky.
- **TikTok** – klíčový nástroj pro **oslovování mladší generace**. Díky algoritmu umožňuje dosah **mnohonásobně vyšší než Instagram**, což se projevuje vyšším engagementem a virálním efektem.
- **Pinterest** – ideální pro **interiérové inspirace a umělecký obsah**. Umožňuje dlouhodobou viditelnost a přivádí na web organickou návštěvnost.
- **LinkedIn** – platforma využívaná pro **B2B spolupráce a komunikaci s partnery** (realitní kanceláře, interiéroví designéři, firmy).

5.2.3 Využití TikToku pro akvizici zákazníků

TikTok je aktuálně nejvýkonnější platformou pro **zvýšení organického dosahu**. Hlavní výhody:

- **Vyšší míra sdílení** – virální potenciál je výrazně vyšší než na Instagramu či Facebooku.
- **Nižší CPC a vyšší engagement** – náklady na reklamu jsou nižší než u Meta Ads, zároveň dosah na tisíc zobrazení (CPM) je často poloviční.
- **Nativní reklama** – obsah působí přirozeněji než na jiných platformách, což zvyšuje konverzi.

Strategie využití TikToku spočívá v **tvorbě krátkých videí**, která ukazují:

1. **Proces focení a výroby obrazu** – edukativní obsah přibližuje produkt zákazníkům.
2. **Reakce zákazníků na hotový produkt** – emocionálně silná videa podporují engagement.
3. **Trendy a challenge** – zapojení do virálních trendů a používání populárních zvuků zvyšuje dosah.

Kombinací **organického obsahu a placené reklamy** lze dosáhnout **výrazného růstu povědomí o značce a získání nových zákazníků**.

5.2.3 PPC reklamy

Placené kampaně jsou zásadním nástrojem pro **cílené oslovování zákazníků** a zvýšení viditelnosti značky.

Platforma	CPC (Cena za klik)	CPM (Cena za 1000 zobrazení)	Průměrný engagement	Délka doporučeného videa
Instagram (Meta Ads)	8–15 Kč	100–180 Kč	0,9–2 %	15–30 s
TikTok Ads	4–10 Kč	50–120 Kč	3–8 %	5–15 s

- **Instagram Ads** – vyšší cena, ale oslovuje prémiové publikum.
- **TikTok Ads** – levnější a efektivnější pro engagement.
- **Google Ads** – využití remarketingu a akvizičních kampaní.

5.2.4 B2B spolupráce (Slevomat, realitní kanceláře, designéři, dárkové programy)

B2B spolupráce umožňuje **rozšířit dosah mimo běžné koncové zákazníky**.

- **Slevomat** – slouží primárně ke **zviditelnění značky**. I když Slevomat bere **40 % z prodeje bez DPH**, zákazníci se s nabídkou setkají a klikají na ni. Pro nás to znamená **investici pouze ve formě času a marketingového prostoru**, protože materiál a výroba se hradí přímo u nás. To znamená, že i přes vysokou provizi zůstává prodej ziskový a značka si tak buduje povědomí.
- **Realitní kanceláře** – spolupráce na personalizovaných dárcích pro klienty.
- **Interiéroví designéři** – využití uměleckých obrazů do designových projektů.
- **Firemní dárky a VIP gifting** – personalizované umění jako luxusní dárek pro partnery a klienty.

5.2.5 E-mail marketing a automatizace komunikace

E-mail marketing je klíčový pro **udržení zákazníků a podporu opakovaných nákupů**.

- **Welcome série e-mailů** – budování důvěry ihned po registraci.
- **Retargeting a opuštěné košíky** – připomenutí zákazníkům, kteří nedokončili objednávku.
- **Sezónní kampaně** – Vánoce, Valentýn, Black Friday.
- **VIP programy** – věrnostní akce pro stálé zákazníky.

Díky dobře nastavené e-mailové strategii je možné **zvýšit lifetime value zákazníků a podpořit dlouhodobý růst značky**.

5.3 Kampaně a ukázky úspěšné propagace

Marketingové kampaně jsou klíčovým prvkem pro zviditelnění značky **IrisMemories.cz** a oslovování nových zákazníků. Zaměřujeme se na vizuálně atraktivní a emocionálně silné kampaně, které propojují hodnotu produktu s osobními příběhy zákazníků.

5.3.1 Vánoční kampaň: „Lepší dárek už neuvidíš“

- **Cíl kampaně:** Podpořit prodeje během vánoční sezóny, kdy lidé hledají jedinečné dárky pro své blízké.
- **Slogan:** „Lepší dárek už neuvidíš.“
- **Formát:**
    - Vizuálně působivé bannery na sociálních sítích (Instagram, Facebook).
    - Fotografie zobrazující rodinné propojení a emoce.
    - Dárkové poukazy jako speciální nabídka.
- **Výsledek:** Zvýšení návštěvnosti e-shopu o 35 % během prosince a nárůst objednávek o 20 % oproti předchozímu roku.
- **Použitá média:**
    - Instagram: Carousel posty s příběhy zákazníků.
    - Facebook: Placení reklama s cílením na rodiny a ženy ve věku 25–45 let.
    - E-mailing: Nabídka vánočních voucherů a zvýhodněných balíčků.

5.3.2 Soutěže o vouchery

- **Cíl kampaně:** Zvýšit povědomí o značce a zapojit širší publikum na sociálních sítích.
- **Formát:** Soutěž o dárkový voucher na focení duhovky.
    - Podmínka účasti: Sledování účtu, označení přátel a sdílení příspěvku.
- **Výsledek:** Růst sledujících na Instagramu o 15 % během kampaně a organické šíření povědomí o značce.

5.3.3 Ukázky spolupráce (B2B)

- **Cíl kampaně:** Spojit značku IrisMemories s místy, kde se lidé setkávají a tráví volný čas a chtějí se bavit v příjemném prostředí.
- **Formát:**
    - Umístění plakátů s ukázkami produktů přímo v kavárnách.
    - Vystavení obrazů z nabídky IrisMemories jako dekorace interiéru.
    - Organizace vernisáží přímo v prostorách kaváren.
- **Výsledek:** Nárůst zájmu o offline focení díky viditelnosti produktů ve veřejném prostoru.

5.3.4 Reklama na dárky k Valentýnu

- **Cíl kampaně:** Podpořit prodej produktů v období Valentýna jako originálního dárku pro páry.
- **Slogan:** „Spojte své pohledy do jednoho.“
- **Formát:**
    - Plakáty a bannery se zaměřením na páry.
    - Propagace „spojených duhovek“ jako symbolu lásky.
    - Valentýnské balíčky zahrnující focení pro dvě osoby.
- **Výsledek:** Zvýšení objednávek o 25 % během února a pozitivní zpětná vazba od zákazníků.

5.3.5 Inspirace z nedostatků

Některé kampaně odhalily oblasti, kde je potřeba zlepšení:

- **PPC kampaně:** Neefektivní kvůli nízkému objemu hledání klíčových slov jako „focení očí“. Alternativou jsou vizuální kampaně, které dokážou oslovit emoce a zaujmout na první pohled.
- **Spolupráce s influencery:** Zkušenost ukázala, že je nutné pečlivěji koordinovat obsah a zajistit, aby reklama odpovídala potřebám značky. Příště bude spolupráce více řízená s jasnými cíli a pokyny.

5.3.6 Budoucí kampaně

- **Offline propagace:** Plánované billboardy v turistických lokalitách a na frekventovaných místech (např. centrum Prahy).
- **Komunitní akce:** Workshopy pro děti i dospělé zaměřené na focení a zpracování duhovek.
- **Soutěže:** Více tematických soutěží, například k výročí založení značky.
- **Partnerství:** Spolupráce s umělci a designéry na speciálních edicích produktů.

Výzkum a analýza trhu

6.1 Konkurence: Iris Galerie, Eyemazy

V oblasti uměleckého zpracování lidských očí působí několik významných konkurentů, z nichž nejvýznamnějšími jsou **Iris Galerie** a **Eyemazy**. Obě značky mají silnou přítomnost na trhu a specifické přístupy k propagaci a výrobě.

Iris Galerie

- **Přítomnost na trhu:** Iris Galerie je etablovaná značka s několika pobočkami v České republice i zahraničí.
- **Produktová nabídka:** Specializují se na tisk duhovek na plátno, sklo a další materiály.
- **Marketing:** Silná reklama na sociálních sítích a přítomnost v turisticky frekventovaných lokalitách.
- **Cena:** Zaměřují se na střední cenovou kategorii, což oslovuje širokou cílovou skupinu.

Eyemazy

- **Globální přítomnost:** Eyemazy je mezinárodní značka s rozsáhlou sítí poboček v Evropě a Severní Americe.
- **Inovace:** Nabízejí pokročilé technologie pro zpracování obrazu a širokou škálu personalizace produktů.
- **Cenová politika:** Vyšší cenová hladina, která odráží jejich technologickou pokročilost a prestižní branding.
- **Zákaznický servis:** Poskytují záruku spokojenosti a možnost vrácení produktů.

6.2 Trendy v oblasti focení očí

Focení očí jako umělecký směr se v posledních letech těší rostoucí popularitě. Mezi klíčové trendy patří:

- **Personalizace:** Zákazníci preferují produkty, které mají osobní a emocionální hodnotu. Focení očí nabízí možnost vytvořit jedinečný produkt, který se odráží v individuálním vkusu každého zákazníka.

- **Technologický pokrok:** Moderní technologie umožňují zachytit detaily lidské duhovky s vysokou přesností, což zvyšuje kvalitu výsledných produktů.
- **Sustainability (udržitelnost):** Roste poptávka po ekologických materiálech a udržitelných procesech výroby.
- **Marketing na sociálních sítích:** Sociální sítě, jako Instagram a TikTok, se staly klíčovým nástrojem pro zviditelnění tohoto oboru. Vizuálně přitažlivé reklamy jsou zásadní pro přitáhnutí pozornosti zákazníků.

6.3 Výhody a nevýhody konkurence

Výhody konkurence:

1. **Silné zázemí:** Značky jako Iris Galerie a Eyemazy mají rozsáhlé zkušenosti a zavedené procesy.
2. **Marketingový dosah:** Díky větším rozpočtům investují do širokých marketingových kampaní a prémiových lokací.
3. **Škálovatelnost:** Jejich přítomnost na mnoha trzích zajišťuje větší povědomí o značce.

Nevýhody konkurence:

1. **Masová produkce:** Zaměření na rychlé zpracování často snižuje individuální přístup k zákazníkům.
2. **Cenová citlivost:** Vyšší cenová politika může odradit určitou skupinu zákazníků.
3. **Méně flexibility:** Velké firmy se hůře přizpůsobují novým trendům nebo individuálním požadavkům zákazníků.

6.4 Strategie IrisMemories vůči konkurenci

IrisMemories.cz staví na odlišnosti a jedinečnosti. Klíčové konkurenční výhody zahrnují:

- **Individuální přístup:** Každý zákazník má možnost přizpůsobit produkt svým představám, což vytváří osobní zážitek.
- **Technologické inovace:** Automatizace procesů a plánovaný vývoj samoobslužných automatů.
- **Exkluzivita:** Zaměření na kvalitu, detail a estetiku, které vytváří prémiový dojem.
- **Flexibilita:** Možnost rychle reagovat na nové trendy a přizpůsobit nabídku aktuálním požadavkům trhu.

Vize značky

7.1 Plánovaný vývoj automatů a aplikace

Jedním z klíčových plánů pro budoucnost značky IrisMemories.cz je vývoj automatizovaných systémů, které zefektivní proces focení a produkce uměleckých děl. Tento koncept zahrnuje vývoj:

- **Automatů na focení očí:** Samoobslužné zařízení, které zákazníkům umožní zachytit jejich duhovku bez asistence obsluhy. Zákazník vloží základní údaje, stroj vyfotí oko, nabídne možnosti personalizace a vytiskne výsledek na vybraný materiál.
- **Aplikace pro správu automatizace:** Mobilní a webová aplikace, která umožní správu zakázek, sledování statistik, správu objednávek a integraci s e-shopem. Aplikace bude také sloužit jako nástroj pro údržbu a monitoring automatů.

Plán vývoje automatů zahrnuje několik fází:

1. **Prototypování:** Vytvoření funkčního prototypu automatu s testovací verzí aplikace.
2. **Pilotní provoz:** Testování v omezeném měřítku na vybraných lokacích.
3. **Komercializace:** Spuštění automatů na klíčových trzích a jejich nabídka k pronájmu dalším podnikatelům či konkurentům.

7.1.2 Výhody automatizace pro škálování

Automatizace přináší značné výhody:

- **Nižší provozní náklady:** Eliminace potřeby personálu na pobočkách, což snižuje měsíční náklady na mzdy.
- **Škálovatelnost:** Snadná implementace automatů do nových lokalit, zejména v turisticky atraktivních oblastech.
- **Rychlost a efektivita:** Automat minimalizuje čekací dobu zákazníků a zefektivňuje proces výroby.
- **Zisk z pronájmu:** Možnost licencovat technologii a pronajímat automaty jiným podnikatelům nebo konkurentům.

7.2 Zahraniční expanze

Jedním z hlavních dlouhodobých cílů značky IrisMemories.cz je expanze na zahraniční trhy, zejména do turisticky atraktivních lokalit. Proč právě turistické destinace?

- **Vysoký obrat turistů:** Turisté hledají jedinečné a personalizované zážitky, které si mohou odnést domů jako vzpomínku na svůj výlet.
- **Poptávka po unikátních suvenýrech:** Umělecké zpracování očí nabízí inovativní alternativu k tradičním suvenýrům.
- **Mezinárodní rozpoznatelnost:** Turisté z různých zemí mohou značce přinést globální povědomí.

Plánované destinace zahrnují:

- **Evropské metropole:** Například Paříž, Londýn, Řím – města s vysokým počtem turistů.
- **Exotické lokace:** Dubaj, Maledivy, Bali – destinace, kde turisté vyhledávají luxusní a jedinečné zážitky.
- **Historické lokace:** Například Český Krumlov nebo Praha – města s bohatou historií a vysokým turistickým potenciálem.

7.3 Dlouhodobé cíle

Značka IrisMemories.cz má jasnou vizi pro svou budoucnost, která zahrnuje:

1. **Automatizovanou síť poboček:**
    - Cílem je vytvořit samoobslužné automaty, které budou umístěny v klíčových městech po celém světě. Tím se eliminuje nutnost obsluhy a maximalizuje ziskovost.
2. **Licencování technologie:**
    - Nabídka licencování a pronájmu automatů dalším podnikatelům nebo konkurentům. Tato strategie umožní značce generovat pasivní příjem a rozšířit povědomí o technologii IrisMemories.
3. **Rozšíření produktové nabídky:**
    - Zavedení nových produktů, jako jsou šperky, přívěsky a další personalizované předměty na základě fotografie duhovky.
4. **Udržitelný růst:**

- Značka se zaměří na ekologicky šetrné materiály a procesy, aby reflektovala současné trendy a požadavky zákazníků.

5. **Posílení globální značky:**
    - Vybudování silné pozice na mezinárodním trhu jako inovativní a exkluzivní značky, která kombinuje estetiku, emoce a technologii.

Díky těmto cílům se IrisMemories.cz stane nejen lídrem v oboru uměleckého zpracování očí, ale také inspirací pro ostatní podnikatele v oblasti personalizovaného umění.

Hledání investora a financování

Projekt **IrisMemories.cz** má ambici stát se lídrem v oblasti personalizovaného umění a focení očí. Aby bylo možné dosáhnout plánované expanze a rozvoje (včetně automatizace a otevření kamenné pobočky), je klíčové zajistit dostatečné finanční prostředky.

8.1 Hledání strategického investora

Momentálně jsem jediným aktivním členem projektu, který pokrývá všechny oblasti – od fotografie a postprodukce po marketing a komunikaci. Tento přístup je dlouhodobě neudržitelný, pokud má značka růst. Proto hledám investora, který přinese nejen kapitál, ale i zkušenosti a nové příležitosti.

- **Ideální investor:** Hledám strategického investora, který by mohl nabídnout i dodatečné služby, například rámování obrazů, nebo vlastní know-how v oblasti marketingu či technologického rozvoje.

8.2 Jednání s investorem

Nedávno proběhla jednání s potenciálním investorem, který je zároveň spolumajitelem rámovací firmy. Tento investor nabízí možnost partnerství, což by znamenalo zajištění rámovacích služeb na vysoké úrovni přímo u zdroje. Dále se jedná o jeho zájem spolufinancovat pobočku na atraktivním místě, jako je Český Krumlov.

8.3 Financování a možnosti růstu

- **Vlastní kapitál:** Současné příjmy z prodeje na e-shopu pokrývají provozní náklady, ale nestačí na expanzi.
- **Investice:** Investorem získané prostředky by byly využity především na:
    - Dokončení vývoje automatizace.
    - Otevření pobočky na Karlově ulici v Praze a v Českém Krumlově.
    - Marketingové kampaně na podporu značky.
- **Crowdfunding:** V případě, že jednání s investorem nebude úspěšné, je připraven plán pro spuštění crowdfundingové kampaně zaměřené na zapojení komunity zákazníků, kteří již mají s produkty pozitivní zkušenost.

8.4 Přínos investora

Klíčovým kritériem není pouze finanční přínos, ale i přidaná hodnota, kterou investor může poskytnout. Správný partner by měl přispět k dalšímu růstu značky a její stabilitě na trhu. To zahrnuje sdílení kontaktů, obchodních zkušeností a zázemí pro technickou a marketingovou podporu.

Zhodnocení a poznatky z praxe

9.1 Poznatky z PPC kampaní

Během provozování IrisMemories.cz jsme opakovaně testovali účinnost PPC (Pay-Per-Click) kampaní na platformách jako Google Ads a Sklik. Přestože PPC kampaně jsou obecně efektivním nástrojem digitálního marketingu, v našem případě se ukázaly jako méně efektivní. Hlavní poznatky zahrnují:

- **Nízké vyhledávání relevantních klíčových slov:** Termíny jako "focení očí" nebo "umělecké zpracování očí" nejsou v České republice příliš vyhledávané, což vedlo k nízké viditelnosti reklam.
- **Vysoké náklady na kliknutí:** I přes nízký objem vyhledávání byly náklady na kliknutí (CPC) relativně vysoké, což snižovalo návratnost investice.
- **Zaměření na vizuální marketing:** Zjistili jsme, že zákazníky více oslovuje vizuální reklama na sociálních sítích než textové reklamy v PPC kampaních.

Na základě těchto poznatků jsme se rozhodli zaměřit na vizuálně atraktivní marketingové formy, jako jsou kampaně na sociálních sítích, a PPC kampaně postupně omezit.

Doporučení: Místo PPC kampaní jsem se rozhodl investovat do:

- **Sociálních sítí:** Reklamy na Instagramu, TikToku a Facebooku s důrazem na vizuálně poutavý obsah.
- **Soutěží a interaktivních kampaní:** Zapojení zákazníků do soutěží o vouchery nebo jiné odměny, což zvyšuje dosah a zapojení.
- **Offline reklamy:** Plakáty, billboardy nebo letáky v turisticky exponovaných oblastech.

9.2 Spolupráce s influencery – úspěchy a neúspěchy

Spolupráce s influencery byla testována jako součást marketingové strategie. Tato forma propagace přinesla smíšené výsledky:

Úspěchy:

- **Zvýšení povědomí o značce:** Spolupráce s influencery na Instagramu a TikToku zaujala nové publikum a přinesla zvýšenou návštěvnost webu.
- **Pozitivní recenze:** Někteří influenceři sdíleli autentické zkušenosti s produktem, což posílilo důvěryhodnost značky.

Neúspěchy:

- **Špatně připravené kampaně:** Některá videa natočená influencery nesplnila požadované cíle. Například prezentace produktu byla až na konci videa, což vedlo ke ztrátě zájmu diváků.
- **Nedostatečná kontrola:** Influencerům byla poskytnuta přílišná volnost při tvorbě obsahu, což ovlivnilo kvalitu a konzistenci sdělení.

Poučení:

- **Důkladné plánování kampaní:** Předem stanovit jasné požadavky a cíle pro každou spolupráci.
- **Výběr vhodných influencerů:** Zaměřit se na menší influencery s vysoce angažovaným publikem, kteří budou produkt propagovat přirozeně.
- **Kombinace strategií:** Influencery využívat jako doplněk k jiným formám reklamy, například soutěžím nebo vizuálním kampaním.

9.3 Budoucí strategie a doporučení

Na základě zkušeností z dosavadní praxe plánujeme upravit marketingovou strategii tak, aby byla efektivnější a lépe reflektovala specifika produktu:

Budoucí strategie:

- **Zaměření na turistická místa:** Rozšíření offline reklamy v oblastech s vysokou koncentrací turistů.
- **Automatizace marketingu:** Využití nástrojů pro cílené reklamy na sociálních sítích, které zajistí optimální rozpočet a zaměření na relevantní publikum.
- **Zlepšení vizuální identity:** Další zdokonalení vizuálních materiálů, které budou komunikovat jedinečnost značky.
- **Rozšíření nabídky:** Zavedení nových produktů, jako jsou šperky nebo přívěsky, což umožní opakované nákupy.

Doporučení:

1. **Optimalizace kampaní:** Klást důraz na přehledné sdělení a kvalitní vizuální obsah.
2. **Využití lokálních partnerů:** Spolupráce s kavárnami, galeriemi a turistickými centry pro umístění propagačních materiálů.
3. **Změna cílení reklam:** Zaměřit reklamy na emoce a příběhy spojené s produktem.

Závěr

Projekt **IrisMemories.cz** je výsledkem inovativního přístupu k personalizovanému umění, který spojuje technologii, estetiku a hluboké emoce. Vytvořil jsem unikátní koncept, který umožňuje zachytit jedinečnost lidských a přetvářet je do podoby uměleckých děl. Projekt si klade za cíl poskytovat produkty, které mají dlouhotrvající hodnotu a symboliku, a tím vytvářet osobní spojení mezi zákazníkem a produktem.

Podařilo se mi dosáhnout následujících úspěchů:

- Zavedení e-shopu s širokou nabídkou produktů a přizpůsobitelných možností.
- Prezentace na významných akcích, včetně výstav a vernisáží, které pomohly zvýšit povědomí o značce.
- Spolupráce s influencery a experimentování s různými formami propagace.
- Vývoj konceptu kamenné prodejny a příprava na expanzi do zahraničí.
- Plánování automatizace pomocí automatů, které mohou výrazně změnit způsob prodeje a distribuce.

Projekt čelil i několika výzvám, včetně neefektivnosti PPC kampaní, problémů s některými influencery a omezené možnosti opakovaných nákupů. Tyto zkušenosti přinesly důležitá ponaučení, která formují budoucí strategii.

Výzvy a příležitosti

Projekt **IrisMemories.cz** stojí na prahu významných změn a příležitostí, které mohou posunout značku na další úroveň. Mezi hlavní výzvy a příležitosti patří:

Výzvy:

1. **Vysoké náklady na expanzi:**
    - Otevření kamenné prodejny v prémiové lokalitě jako je Karlova ulice v Praze, s sebou nese vysoké náklady na nájem, vybavení a provoz.
    - Vývoj a implementace automatů představují technologicky i finančně náročný proces.
2. **Omezený trh:**
    - Personalizované umělecké produkty, jako jsou obrazy očí, jsou produktem, který zákazníci kupují maximálně jednou či dvakrát za život, což omezuje možnosti opakovaných nákupů.

3. **Konkurence:**
    - Silní hráči na trhu, jako Iris Galerie a Eyemazy, představují významnou konkurenci, zejména v oblasti cenové politiky a rozsahu působnosti.

Příležitosti:

1. **Automatizace:**
    - Vývoj samoobslužných automatů umožní efektivní škálování podnikání s nižšími provozními náklady.
    - Automatizace také otevírá možnosti pro expanzi do zahraničí, kde mohou být automaty nasazeny na klíčových turistických místech.
2. **Zahraniční expanze:**
    - Cílení na turistické destinace, kde produkt může oslovit širokou škálu zákazníků, včetně těch, kteří hledají jedinečné suvenýry.
3. **Rozšíření produktového portfolia:**
    - Zavedení doplňkových produktů, jako jsou šperky, přívěsky a kryty na telefony, zvyšuje možnosti opakovaných nákupů a rozšiřuje cílovou skupinu.
4. **Vylepšení marketingových strategií:**
    - Zaměření na vizuálně atraktivní kampaně a spolupráce s influencery, kteří jsou ochotni přizpůsobit obsah požadavkům značky.
    - Offline reklama a přítomnost na akcích, jako jsou vernisáže, pomohou dále budovat povědomí o značce.

Všechny zde obsažené fotografie, texty, logotypy, a další grafiky jsou autorským majetkem

IRISMEMORIES

Jakékoliv užití či zneužití tohoto majetku bez svolení autora/nositele autorských práv je nepřípustné a trestné.

©IrisMemories v roce 2025 ©Filip Kopecký v roce 2025

Seznam zdrojů

1. **Webové stránky:**
    - Oficiální stránky projektu IrisMemories.cz: https://www.irismemories.cz
    - E-shop IrisMemories: https://www.irismemories-eshop.cz
2. **Analýza konkurence:**
    - Iris Galerie: https://www.irisgalerie.com
    - Eyemazy: https://www.eyemazy.com
3. **Literatura a zdroje pro marketing:**
    - Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
    - Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
4. **Sociální sítě a online marketing:**
    - Statistika návštěvnosti a zapojení na Instagramu a Facebooku IrisMemories.
    - Kampaně spuštěné na platformách Google Ads a Seznam Sklik.
5. **Finanční údaje:**
    - Interní výpočty nákladů a predikce ziskovosti projektu IrisMemories.cz.
    - Data získaná během příprav na otevření kamenné pobočky (nájem, zařízení, provozní náklady).
6. **Inspirace a trendy:**
    - Články o trendech v personalizovaném umění a vizuální identitě:
        - Forbes: *The Future of Personalized Art in a Digital Era*.
        - MarketingProfs: *How Visual Branding Impacts Consumer Behavior*.
7. **Vlastní zkušenosti:**
    - Zkušenosti získané během spolupráce s influencery a realizace marketingových kampaní.
    - Praktické poznatky z provozu e-shopu a organizace výstav a vernisáží.
8. **Technologie:**
    - Specifikace používaného fotografického vybavení a tiskových technologií pro produkci produktů IrisMemories.
    - Zdroje pro vývoj automatizovaných systémů:
        - White papers o automatizaci a vývoji IoT zařízení.
9. **Zákaznické recenze a zpětná vazba:**
    - Zpětná vazba získaná prostřednictvím sociálních sítí, dotazníků a osobní komunikace se zákazníky.

10. **Školní materiály a konzultace:**
    - Materiály poskytnuté školou a vedoucím práce:
        - Mgr. Bc. Olga Wenemoser– pokyny a konzultace k maturitnímu projektu
        - Richard Beníšek, Speedlo – konzultace ohledně projektu know how a zkušeností

Přílohy:

Příloha č. 1: Prezentace obrazů v interiéru

Tato příloha zachycuje, jak obrazy IrisMemories působí v různých typech interiéru. Slouží jako inspirace pro zákazníky a zároveň jako důkaz estetické hodnoty produktů. Ukazuje se, že i detail lidského oka se může stát dominantním prvkem moderního prostoru.

Příloha č. 2: Ukázky zakázek pro jednotlivce i rodiny

Zde jsou představeny konkrétní realizace – od jednoho oka po čtyři. Nechybí ani zakázky pro páry a rodiny, které ukazují, jak lze duhovky kombinovat do jednoho harmonického celku.

Příloha č. 3: Instagramový obsah a vizuální styl značky

Ukázky grafického zpracování, story šablon a příspěvků z profilu IrisMemories. Styl je moderní, čistý a barevně sladěný s identitou značky. Důraz je kladen na estetiku, autenticitu a emoce.

Příloha č. 4: Dárkové produkty a personalizované doplňky

Rozšířená nabídka zahrnuje i drobné produkty jako náhrdelníky, přívěsky nebo obaly na telefon. Vhodné jako doplněk ke klasickému obrazu nebo jako samostatný dárek. Ideální pro mladší cílovou skupinu.

Příloha č. 5: Offline propagace a veřejná prezentace značky

Plakáty, výlepy a reklamní materiály v ulicích – zejména v turisticky exponovaných místech. Ukázka toho, jak IrisMemories komunikuje mimo online prostředí a buduje povědomí o značce i v reálném světě.

Příloha č. 6: Výstava v kavárně Dobrý Kafe

Reportážní fotografie z první vernisáže IrisMemories v Pardubicích. Příjemné prostředí kavárny, spojení kultury a umění, zájem veřejnosti. Událost podpořila lokální komunitu a přinesla značce důležité zviditelnění.

Příloha č. 7: Sezónní kampaně a vizuály

Ukázky tematických kampaní – například vánoční a valentýnské varianty. Obsahuje reklamní posty, které pracují s emocí, dárkovým tónem a silným sloganem „Lepší dárek už neuvidíš“.

OBRAZY

UKÁZKY OBRAZŮ

WWW.IRISMEMORIES.CZ



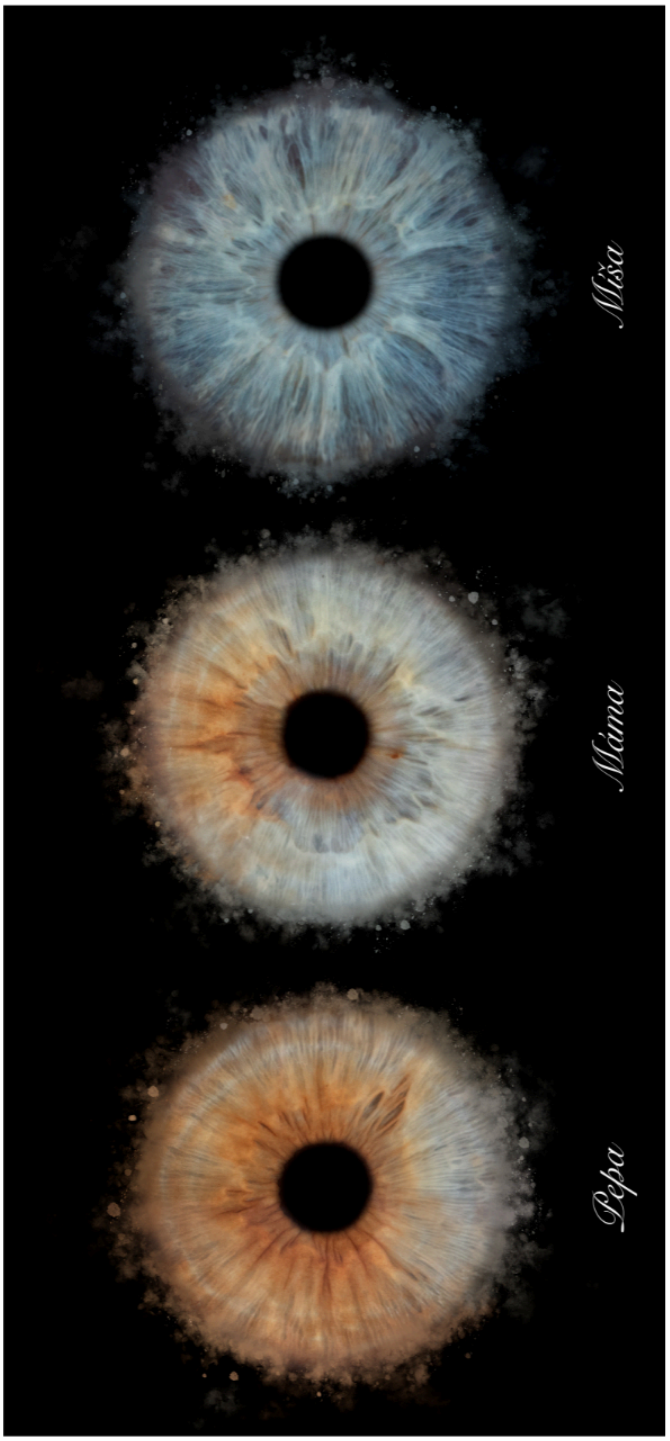


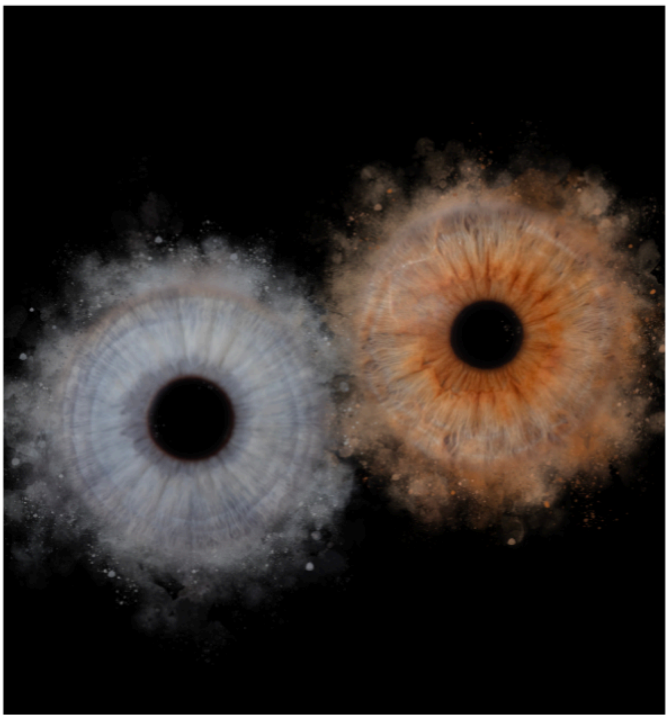


HOTOVÉ FOTOGRAFIE

UKÁZKY PRÁCE

WWW.IRISMEMORIES.CZ













INSTAGRAM

UKÁZKA PŘÍSPĚVKŮ

WWW.IRISMEMORIES.CZ









PRODUKTY NAVÍC

UKÁZKA DÁRKOVÝCH ŘEDMĚTŮ

WWW.IRISMEMORIES.CZ







REKLAMA

UKÁZKA OFFLINE REKLAMY

WWW.IRISMEMORIES.CZ







VERNISÁŽ

UKÁZKA B2B

WWW.IRISMEMORIES.CZ







KAMPANĚ

UKÁZKA KAMPANÍ

WWW.IRISMEMORIES.CZ








19:26
irismemories.cz
29
příspěvky
180
sledující
5
sledování
Produkt / služba
IrisMemories.cz | Focení očí
Vaše oči jako jedinečný obraz
Unikátní dárek pro páry, rodiny
Praha | Pardubice | Celá ČR po domluvě.
www.irismemories.cz
Sleduje to david.cihlar a m_drlik7 s 35 dalšími
Sleduji
Zpráva
Kontakt
Výběry
Výběry
Výběry
Výběry
Co říká barva vašich očí?
Before
After
MEMORIES
Podívej se blíž a objev krásu
Zachyťte vzpomínku
která je jen vaše
Každé oko skrývá příběh, vzpomínku, jedinečný okamžik. Přetváříme vaši duhovku do uměleckého díla, které zachytí vaše vzpomínky a uchová je navždy.
Zarezervovat Termín
IRISMEMORIES