

# 3. Tutoriál

## E-marketing

Akvizice, GA, PPC, Copy, kampaň!



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.**  
**Ing. Veronika Kopřivová, Ph.D.**  
**Ing. Daniel Kvíčala**  
E-marketing

# Obsah bloku

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **1 Akvizice zákazníků na internetu.**
  - **2 Google Analytics.**
  - **3 Výkonnostní marketing – PPC.**
  - **4 Copywriting.**
  - **5 Tvorba online kampaně.**
-

# Proces akvizice zákazníka na internetu. Model STDC.

STD co?! 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.**

**Ing. Daniel Kvíčala**

E-marketing



- **1 Akvizice, konverze, nákupní proces.**
  - **2 STDC.**
  - **3 Nákupní proces – nástroje.**
  - **4-6 Leady, Affiliate, Linkbuilding.**
-



# 1 Akvizice zákazníků

---



- Akvizice zákazníků je proces získávání nových zákazníků.
  - Abychom získali nového zákazníka, musíme pochopit, jak probíhá jeho nákupní chování. Proto si představíme **základní pojmy**, model **STDC** a **nákupní proces** – detailně jaké nástroje použít.
  - **Cena akvizice musí být nižší, než marže.** Dále řeším analýzu firmy – bude to jednorázové, hodnotu zákazníka, volné kapacity, výši marže apod.
-

- Spotřební chování zahrnuje to, jak jednotlivci, skupiny a organizace vybírají, kupují, používají a vyřazují zboží, služby, myšlenky nebo zážitky, které uspokojují jejich potřeby a přání.
  - Pro nás je dnes důležitá fáze **vybírání a nakupování**.
  - Jedná se o proces rozhodování o koupi.
  - Ve fázích měříme konverze.
-

- Konverzí rozumíme v obecném pojetí změnu statusu.
  - Můžeme hovořit o změně návštěvníka webové stránky na zákazníka v případě, že se jedná o e-shop.
  - Konverzí lze ale také označit objednání zkušební jízdy u prodejce automobilů. Tedy od návštěvníka k potencionálnímu zákazníkovi.
-



- Je evidentní, že nákupní chování má určité fáze a marketingové aktivity mají zákazníky těmito fázemi posouvat.
  - Pokud přistupujeme k trhu bez rozdílu a uvědomění si, že existují určité fáze, nebudeme schopni nejenže stanovit cíle, ale také formulovat strategie, vybrat jednotlivé e-marketingové kanály a v konečném důsledku také naplňovat cíle obchodní.
-

- Z návštěvníka e-shopu se stane zákazník v okamžiku, kdy uskuteční nákup, pokud v budoucnu nakoupí znovu, můžeme se bavit o loajalitě a loajálním zákazníkovi.
  - Než se tak stane, musíme zákazníka nejprve oslovit, přivést na e-shop, představit produkty a jejich benefity a motivovat ho k nákupu pomocí různých pobídek jako jsou slevy, dárky k nákupu nebo doprava zdarma.
  - Použit můžeme také „nátlak“ ve formě omezené nabídky - poslední kusy, do vyprodání zásob, „sleva platí jen dnes“ nebo oznámení, že si produkt právě prohlíží více zájemců.
  - Jednotlivé kroky (fáze) od oslovení po opakovaný nákup dohromady tvoří nákupní proces.
  - Celý proces může trvat několik minut i několik dní nebo týdnů.
-

# Nákupní proces



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



- Jednotlivé fáze nákupního procesu mají různá pojmenování (různí autoři dávají různá jména).
  - Společné je ale to, že na začátku je „cizí člověk“ a na konci věrný zákazník.
  - V jednotlivých fázích firmy používají různé kanály a různý obsah komunikace s různým účelem.
  - Může to být například:
    - Povědomí - oslovit zákazníka a představit firmu.
    - Známost - představit produkt, jeho benefity a odlišení od konkurence.
    - Zvažování - předání bližších informací o produktu, výrobě, materiálech atd.
    - Nákup - motivace zákazníka pomocí nástrojů uvedených na předchozím snímku.
    - Loajalita - nabídka dalších produktů nebo souvisejících služeb.
  - Mezi známé modely nákupního procesu patří AIDA, PAVRD nebo STDC.
-

## 2 STDC model

- Zkratka STDC je z anglických slov See (vidět), Think (myslet), Do (udělat), Care (pečovat). Jedná se o čtyři rozdílné fáze nákupního cyklu. Model STDC popsal Avinash Kaushik, marketer společnosti Google.

### STDC MODEL







- Lidé, kteří by mohli někdy v budoucnu služby využít, ale zatím to neplánují.
  - Přišli se podívat.
  - Naším cílem je tyto lidi zaujmout.
  
  - Typicky obsah na sociálních sítích.
-

# Think

---



- Lidé, kteří řeší použití produktů.
  - Hledají informace o službách, hodnotí alternativy a porovnávají dostupná řešení.
  - Naším cílem je nabídnout těmto lidem relevantní informace, které jim mohou pomoci s rozhodováním.
  
  - Opět obsah na sociálních sítích (ale jiný), blog.
-



- Lidé, kteří přicházejí na web kvůli nákupu nebo využít nějakou službu.
  - Naším cílem je přesvědčit je, že chtějí nakoupit u nás, a umožnit jim to tak, aby to bylo co nejjednodušší.
  - SEO, PPC, cenové srovnávače, opět jiný obsah na sociálních sítích.
-

- Obecně lidé, kteří u nás již nějaké peníze utratili.
  - Lze je ale definovat různě, třeba lidé se 2 a více transakcemi.
  - Naším cílem je o uživatele pečovat a přimět je k dalším transakcím.
  
  - E-mailing, věrnostní program, remarketingové kampaně.
-

## SEE

SMM

BRANDING

AFFILIATE

INFLUENCEŘI

PR AGENTURY

OOH REKLAMA

## THINK

SEO

GRAFICI

AFFILIATE

INFLUENCEŘI

COPYWRITING

RECENZE

## DO

SEO

BRANDING

PPC

UX DESIGNÉR

COPYWRITING

RECENZE

## CARE

SMM

BRANDING

PPC

UX DESIGNÉR

EMAILING

OOH REKLAMA

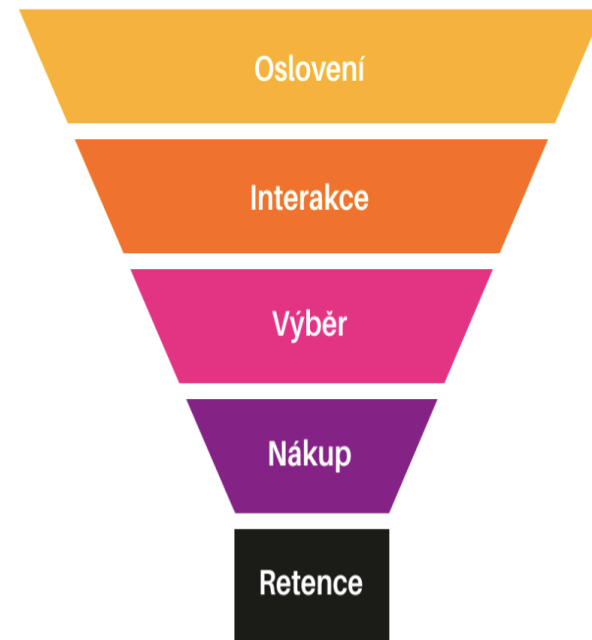
---

## 3 Nákupní proces

---



- Pro další příklady použijeme tzv. Funnel neboli trychtýř – stejný princip, jen jinak pojmenované:
    - Oslovení - Oslovit nové potenciální zákazníky
    - Interakce - Přimět lidi k interakci – návštěva webu
    - Výběr - Představit produkty a detaily produktů
    - Nákup - Přimět k nákupu
    - Retence - Pečovat o zákazníka za účelem opakovaného nákupu
- 





- Pro působení na zákazníka v jednotlivých fázích nákupního procesu firmy používají (většinou) placené kampaně na různých kanálech, kdy každý z nich má specifické možnosti. Společné ale mají (často) to, že vedou zákazníka na web.
  - **Webová stránka** – viz minulá přednáška. Mnoho funkcí – e-shop, informace, blog, kontakty, leady atd.
  - (Landing pages – jednoduchý web pro sdělení informací)
-

- **Sociální sítě (FB/IG)** - sdílení fotek, videí nebo článků s textovým popisem, možnost cílit dle zájmů, demografie, geografie, rodinného stavu, zaměstnání, interakce s obsahem nebo remarketingu (můžeme cílit na lidi, kteří byli na webu nebo napsali komentář k příspěvků na FB / IG). **Vše viz přednáška Sociální sítě.**



MASTERSPORT.CZ  
19. 10. 2022 11:00 · 🌐

S motivací ke cvičení vám mimo jiné pomůže nové sportovní náčiní! 🏆  
Mrkněte na náš e-shop, kde si z široké nabídky fitness potřeb vyberou i ti nejnáročnější sportovní nadšenci. 🏋️‍♀️  
[www.mastersport.cz](http://www.mastersport.cz)







- **PPC reklamy** - dělíme na search (vyhledávací kampaně), display (bannery) a produktové kampaně
    - Search - kampaně cílené na vyhledávání klíčových slov, obsah: textové reklamy
    - Display - bannerové / video (YouTube) kampaně, možnosti cílení cca stejné jako u sociálních sítí
    - Produktové kampaně - kampaně zaměřené na konkrétní produkty z katalogu na e-shopu
-

# Nákupní proces - nástroje



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ad · www.toptax.cz/účetní/kancelář : 607 034 888

## TOPTAX.cz | Ručíme za správnost účetnictví

Přes 20 let zkušeností v oboru. O vaše finance se postará více než 20 zaměstnanců TOPTAX. TOPTAX innovations a.s. je váš spolehlivý partner v oblasti financí. Kontaktujte nás. Vedení účetnictví. 20 let zkušeností v oboru. Daňová evidence. Účetní a daňová kancelář. Služby: Vedení účetnictví, Daňová evidence, Externí zpracování mezd, Vedení mzdové agendy, Ekonomické...

### Vedení účetnictví

Vedení účetnictví a daňové evidence  
Řešení na míru pro každého klienta

### O nás

Máme 20 let zkušeností v oboru  
Účetní a daňová kancelář z Ostravy






### Účetní poradenství

Rychlá nebo hloubková kontrola  
Přezkoumání stavu účetnictví a daní

### Mzdové účetnictví

Mzdové účetnictví a personalistika  
Úplná starost o mzdy a legislativu

Ads · Shop kopačky nike

				
Kopačky Nike Zoom Mercuri... <b>CZK 2,499</b> 11teamsports.cz +CZK 99.00 s...	Kopačky Nike Zoom Mercuri... <b>CZK 7,029</b> 11teamsports.cz Free shipping	Nike - Kopačka na různé... <b>CZK 1,105.16</b> €45.47 Nike Oficiální +CZK 121.53 ...	Kopačky Nike Zoom Mercuri... <b>CZK 2,299</b> 11teamsports.cz +CZK 99.00 s...	Kopačky Nike Mercurial... <b>CZK 6,934</b> 11teamsports.cz Free shipping
By Smarketer	By Smarketer	By Producthero	By Smarketer	By Smarketer



Ozone Arrow černo-šedo-fluo žlutá M  
Akce  
**2 299 Kč**

MOTOZEM  
obuvní profesionální city

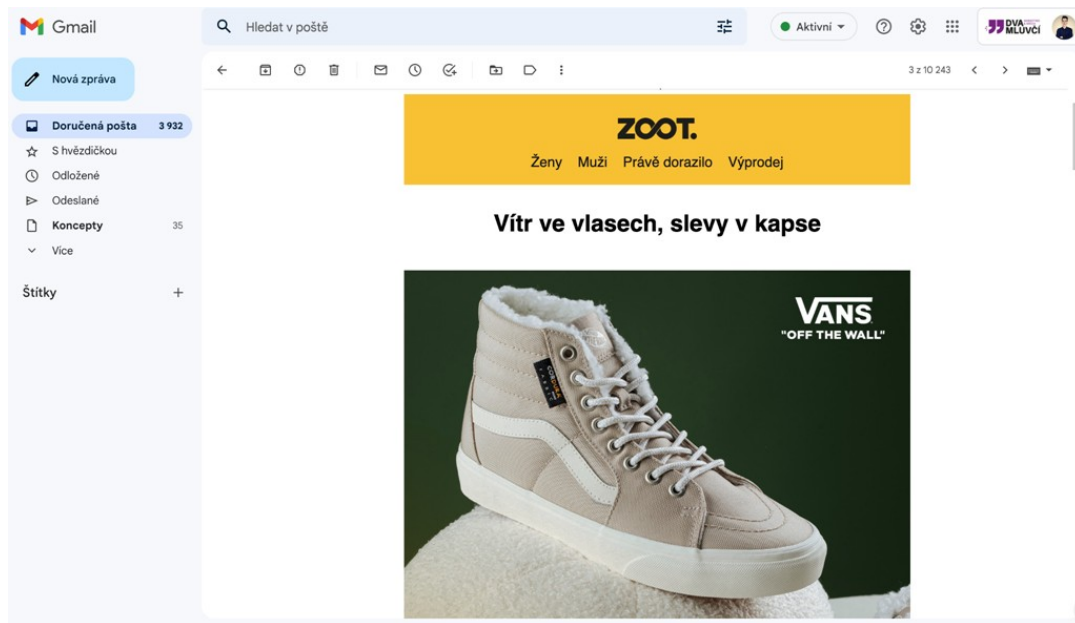
REKLAMA

# Nákupní proces - nástroje



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **E-mailing** - kampaně pomocí e-mailů zaslané lidem, kteří poskytli kontakt (zákazníci nebo zájemci o produkt), možnost rozdělit lidi dle pohlaví, zakoupeného produktu, doby od nákupu atd.





- Cíl primární: Oslovit nové potenciální zákazníky.
  - Cíl sekundární: Tvorba publik - lidé, kteří měli interakci s reklamami – na tyto lidi můžeme cílit reklamu.
  - Kanály: Placené kampaně na FB/IG, obsahová síť PPC, YouTube.
  - Cílení: Geografie, demografie, zájmy, tematické weby (PPC obsahová síť).
  - Metriky: Dosah, zobrazení reklamy, zhlédnutí videa, interakce.
  - Efektivita: cena za 1000 oslovených lidí / 1000 zobrazení reklamy, za přehrání videa, za interakci.
  - Obsah: atraktivní foto / video v kontextu produktu, výzvy k interakci, představení firmy, obecné benefity firmy / produktu.
-

# Nákupní proces - Oslovení



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ



**MASTERSPORT.cz**

9. 11. 2022 11:00 · 🌐

Kdo by netoužil po domácí posilovně, které vám zaručí maximální soukromí, své stroje a možnost cvičit, kdykoliv si zamanete. 🍷

Pokud nad pořízením vlastního fitka uvažujete, v našem článku vám poradíme, jak jej vybavit. 😊

[www.bit.ly/DOMACI\\_POSILOVNA](http://www.bit.ly/DOMACI_POSILOVNA) ➔



**MASTERSPORT.cz**

19. 10. 2022 11:00 · 🌐

S motivací ke cvičení vám mimo jiné pomůže nové sportovní náčiní! 🍷

Mrkněte na náš e-shop, kde si z široké nabídky fitness potřeb vyberou i ti nejnáročnější sportovní nadšenci. 🧐

[www.mastersport.cz](http://www.mastersport.cz)





- Cíl primární: Přimět lidi k interakci – návštěva webu.
  - Cíl sekundární: Tvorba publik pro remarketing.
  - Kanály: Placené kampaně na FB/IG, vyhledávací síť PPC, srovnávače (Heuréka).
  - Cílení: Interakce s reklamami, vyhledávací výrazy, hledané produkty.
  - Metriky: Návštěvy, míra okamžitého opuštění, cena za kliknutí, míra prokliku na odkaz.
  - Obsah: konkurenční výhody, představení produktů, textové reklamy.
-



# Nákupní proces - Interakce



MASTERSPORT.cz

24. 10. 2022 11:00 · 🌐

Dejte si navíc se zátěžovou vestou, která váš trénink zefektivní a posune zase o level výš! 💪

A nezapomeňte, že až do zítřka můžete využít naší akce na DOPRAVU ZDARMA, tak omrkněte, co máme nového. 👁️

[www.bit.ly/ZÁTĚŽOVÁ\\_VESTA](http://www.bit.ly/ZÁTĚŽOVÁ_VESTA)



MoonChocolate

Sponsored · 🌐



Ochutnejte unikátní čokoládové měsíční kameny. 🍫

Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít. 🌌



[moonchocolate.eu](http://moonchocolate.eu)

**Měsíční kameny |  
MoonChocolate**

**Shop now**



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



- Cíl primární: Představit produkty a detaily produktů.
  - Cíl sekundární: Tvorba publik pro dynamický remarketing.
  - Kanály: Web, placené kampaně na FB/IG, remarketing PPC.
  - Cílení: Návštěvníci webu / konkrétních stránek (1-180 dní).
  - Metriky: Počet zobrazení produktu, doba na webu, počet stránek.
  - Obsah: Produktové info, výroba, suroviny, info o nákupu (cena, doba dodání).
-



# Nákupní proces - Výběr



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
CHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
KULTA V KARVINĚ

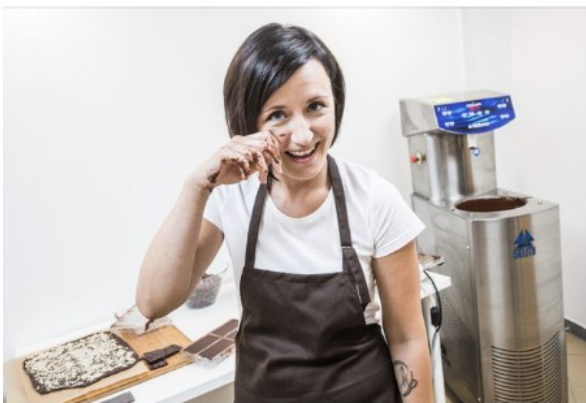


**MoonChocolate**

Sponsored · 🌐



Výroba čokolády není žádná brnkačka. O tom by vám mohla naše Zuzu vyprávět. 🙄  
Všechny boby z pytle ručně přebíráme, abychom dosáhli té nejvyšší kvality. 🤪



moonchocolate.eu  
**Vesmírná čokoláda |  
MoonChocolate**

[Learn more](#)



**MotoZem**

7. 10. 2022 17:15 · 🌐

Podzim přináší nižší teploty, déšť a horší viditelnost, ale my se nedáme!



Máme pro vás výběr bund s reflexními prvky a termo vložkou, tak mrkněte na e-shop nebo se stavte na některou z prodejen. 🤪

CZ: [bit.ly/BUNDY\\_PODZIM](https://bit.ly/BUNDY_PODZIM)

SK: [bit.ly/BUNDY\\_JESEN](https://bit.ly/BUNDY_JESEN)



NOVINKA

TIP

VYROBENO V ČR



## Přenosné hřiště ACTIVE SQUARE EASY

Multifunkční přenosné hřiště ACTIVE SQUARE FULL je svou variabilitou vhodné nejen pro komplexní posilovací trénink, ale taky pro zavěšení dětských prvků typu houpačka. Tím vytváří **aktivní prostředí vhodné pro celou rodinu.**

PŘENOSNÉ / KOTVENÉ

Zvolte variantu



Zvolte variantu

Značka: WOclub

od 59 990 Kč

od 49 578,51 Kč bez DPH

Kategorie: Přenosné ACTIVE

Záruka: 2 roky

Tisk

Zeptat se

Hlídat

Sdílet



- Cíl primární: Nákupy, tržby.
  - Cíl sekundární: Získání kontaktu např. Pro e-mailing.
  - Kanály: Web, dynamický remarketing (FB,IG, PPC).
  - Cílení: Návštěva konkrétních produktů.
  - Metriky: Transakce, tržby, cena za transakci, podíl nákladů na tržbách (PNO).
  - Obsah: Produkty, podpora prodeje – slevy, doprava zdarma, dárek k nákupu.
-

# Nákupní proces - Nákup



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KÁRVINĚ



**MotoZem**

Sponsored (demo) · 🌐

Hledáte vybavení na motorku? Na našem e-shopu najdete celou řadu ověřených produktů. 🏍️



Pás na nádrž Yamaha  
XV 750/1100 Virago...  
1,099 Kč

Shop now



Kožená rolka na  
motorku...  
799 Kč

Shop now

Kož  
mot  
799

👍 Like

💬 Comment

🔗 Share



**XXXLutz**

Sametová sleva **+11% ON TOP**

**17%**  
téměř na vše!

Zjistit více

Platí do 20. 11. 2022.  
1) Více na [xxxlutz.cz](http://xxxlutz.cz)

# Nákupní proces - Nákup

-20%



Kozačky Clarks

2 969,00 Kč

ZJISTĚTE VÍC

eobuv.cz

REKLAMA



Ozone Arrow černo-šedo-fluo žlutá M

Akce

2 299 Kč

MOTOZEM  
občasně / příslušenství / díly

REKLAMA

# Nákupní proces - Retence

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Cíl primární: Opakovaný nákup.
  - Cíl sekundární: Získání recenze.
  - Kanály: E-mailing, placené kampaně FB/IG, obsahová síť PPC (neefektivní).
  - Cílení: E-maily zákazníků (lze použít i pro cílení na FB/IG), event nákup (FB/IG, PPC) – díky sledovacím kódům na webu můžeme cílit na ty, kdo nakoupili.
  - Metriky: Otevření e-mailu, opakované nákupy, míra retence, náklady na kampaně.
  - Obsah: Newslettery, akce, novinky, atd.
  - Opakovaně nakupující tvoří zpravidla jen minoritní podíl transakcí a tržeb – klíčem k růstu je akvizice nových zákazníků!
-

# Nákupní proces - Retence



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Gmail

Hledat v poště

Aktivní

DVA MLUVÍ

Nová zpráva

Doručená pošta 3 932

- S hvězdičkou
- Odložené
- Odeslané
- Koncepty 35
- Více

Štítky +

**ZOOT.**

Ženy Muži Právě dorazilo Výprodej

**Vítr ve vlasech, slevy v kapse**

**VANS**  
"OFF THE WALL"



# Nákupní proces - Retence



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Michaela Staňková ▸ Diamantové svíčky

4 April · 🌐



Překvapení k 18. narozeninám z Diamantové svíčky... Děkujeme 😊



Fery Velik 🌟 recommends MotoZem.

16 July · 🌐



Super výběr, ochota obsluhy na jedničku. Příště zas jen Motozem 🏍️👍👍👍





## 4 Leady na B2B – kontakty ([myTimi](#))

---



- Pull – komunikujeme ven a čekáme, až nás někdo kontaktuje.
  - Push – komunikujeme na přímo a „tlačíme“ na prodej.
    - Reference (nebo také referral či doporučení) – až spokojený zákazník dá dobré kontakty – fáze Care/ Retence, kde se o ně staráme.
    - Networking – často tam chtějí všichni prodat, takže my chceme lidem pomoci – trvá přetavit studený kontakt v prodej – vytrvalost, naše hodnota jim. Před akcí chceme seznam účastníků – vyhýbáme se obchodníkům.
    - Konference – kde bude moje hodnota přínosem, seznam účastníků.
    - Chladné oslovení (jako například social selling, cold e-mailing či cold calling) – nízká úspěšnost. Nacvičit, relevantní kontakty.
    - Social selling (LinkedIn) – brand, relevantní obsah (hodnota), snaha pomoci.
-

## 5 Affiliate marketing

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Affiliate marketing funguje na bázi partnerství a provizí (partnerský marketing).
  - Platba za uskutečněnou konverzi.
  - Např. – píšu web o technice, lidé mě čtou, domluvím se s [Alza Affiliate](#), kde mám provizi až 5 % z uskutečněného prodeje přes můj web.
-

## 6 Linkbuilding ([myTimi](#))

---



- Off-page SEO technika. Budování (získávání) zpětných odkazů - vede z jiné webové stránky na náš web (inbound link, backlink).
  - Zásadní pro vyhledávače – faktor hodnocení kvality a oblíbenosti daného webu, ovlivňuje pořadí výsledku vyhledávání daných stránek (SERP).
  - Dochází k růstu návštěvnosti a v zásadě i k rozšiřování povědomí o značce.
  - Kvalita stránek – Google řeší relevanci, tzn. nejde o počet, ale kvalitu.
  - Anchor text (text, který zpětný odkaz obsahuje) – v těle, ne v patičce apod., popis obsahu, ne starý.
  - Jak? Nakupování zpětných odkazů, Přímé zadávání zpětných odkazů (katalogy), Budování brandových zmínek, Sponzoring, Guest posting (blogging).
-

# Konec prezentace

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Děkuji za pozornost 😊**

---

# Možný úkol do seminární práce

---



- Vyberte si e-shop
  - Pro jednotlivé fáze napište, jaký kanál, cílení a obsah použijete a jak budete měřit výsledky – stačí vždy jeden kanál.
  - Oslovení - jak budete cílit – demografie, zájmy, témata.
  - Interakce - na jaké vyhledávací výrazy budete cílit?
  - Výběr - jaké informace o produktu budete komunikovat?
  - Nákup - jakými výhodami motivujete zákazníky?
  - Retence - co bude v newsletteru?
  - Zkuste odhadnout rozpočet pro jednotlivé fáze?
  - Obsah reklam můžete nakreslit na papír.
-



# Analýza webu pomocí Google Analytics

Ing. Daniel  
Kvíčala



# Co je Google Analytics?

Platforma pro sběr a analýzu dat z webů a aplikací.

- **Chování zákazníků - Co dělají na webu?**
- **Statistiky stránek - Kolik lidí přišlo, odešlo, jak dlouho zde byli?**
- **Přehled o uživateli - Jací lidé chodí na náš web?**
- **Obchodní výsledky - Kolik jsme toho prodali a kolik jsme vydělali?**
- **Výkon produktů - Jak se daří jednotlivým produktům nebo kategoriím?**
- **Výkon kanálů / kampaní - Odkud naši zákazníci přicházejí a jak se chovají?**

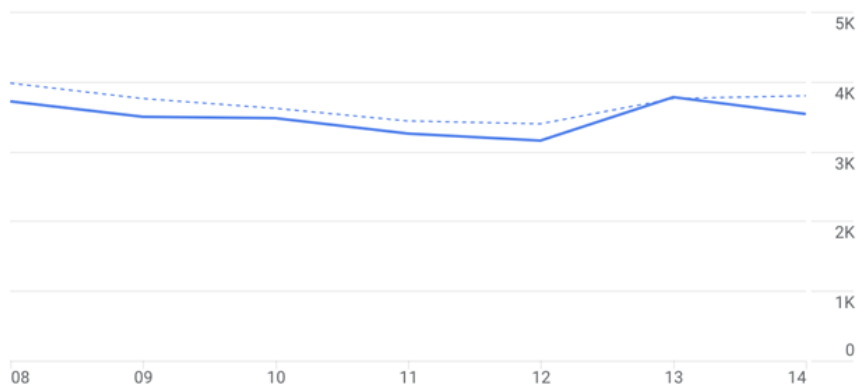


# Základní přehled

Google Analytics Home

INSIGHTS

Users	Revenue	Conversion Rate	Sessions
20K	Kč1.1M	1.29%	33K
↓ 4.6%	↑ 2.6%	↑ 20.5%	↓ 5.1%



Last 7 days ▼

AUDIENCE OVERVIEW >

Active users in last five minutes

19

Page views per minute



Top Active Pages

Active users (last 30 min)

/	2
/#utm_sourc...cz-13375586	1
?q=Modely+motorek	1
/bunda-na-mo...h2o-cerna/	1
/cestovni-mo...ce-vyprodej/	1

REAL-TIME REPORT >





# Základní přehled

**Co vidíte v GA na první pohled? Data za posledních 7 dní**

- **Users - počet návštěvníků**
- **Revenue - objem tržeb**
- **Conversion rate - konverzní poměr - počet nákupů / počet návštěv**
- **Sessions - počet návštěv**



# Chování zákazníků

Users

20,011



New Users

13,057



Sessions

33,366



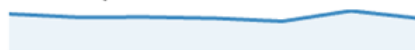
Number of Sessions per User

1.67



Page Views

180,271



Pages/Session

5.40



Avg. Session Duration

00:03:07



Bounce Rate

51.75%





# Chování zákazníků

## Základní přehled o chování zákazníků na webu

- Number of sessions per user - průměrný počet návštěv zákazníkem - indikuje, zda se zákazníci vrací na web
- Pages per session - průměrný počet zobrazených stránek na 1 návštěvu - indikuje, jak moc zákazník prochází web, nízké číslo může znamenat, že zákazníka obsah webu nezajímá - není pro něj relevantní /atraktivní - **zde ideálně 3+**
- Avg. session duration - průměrné trvání návštěvy - zde je výklad podobný jako u bodu výše - **minimálně 1+ minuta**
- Bounce rate - míra okamžitého opuštění - poměr návštěv bez jakékoliv interakce (např. kliknutí) k celkovému počtu návštěv - opět stejný výklad - **více než 75 % = problém**

**Při nízkých / vysokých hodnotách je třeba zvážit a) cílení kampaní (zda přivádíme relevantní návštěvníky), b) obsah webu, c) vstupní stránku (kam přivádíme návštěvníky), d) UX webu - uživatelskou přívětivost**



# Chování zákazníků

- Kolik přišlo uživatelů?
- Kolik přišlo nových uživatelů?
- Kolik bylo celkem návštěv?
- Kolikrát v průměru navštívil web 1 uživatel?
- Kolik stránek bylo navštíveno?
- Kolik stránek bylo navštíveno za 1 návštěvu?
- Jak dlouho v průměru trvá návštěva?
- Jaká je míra opuštění? (Návštěva bez akce)



# Statistiky stránek

Výsledky jednotlivých stránek na webu.

- Počet návštěv a unikátních návštěv.
- Čas na stránce?
- Vstupy - počet lidí, kteří přišli na web přes tuto stránku.
- Míra okamžitého opuštění - **vysoká může znamenat nerelevantní návštěvnost nebo obsah pro daného uživatele**
- Procento odchodů - kolik lidí opustí web z této stránky
- Hodnota stránky - tržby / počet návštěv stránky



# Statistiky stránek

Page ?	Page Views ? ↓	Unique Page Views ?	Avg. Time on Page ?	Entrances ?	Bounce Rate ?	% Exit ?	Page Value ?
	<b>180,271</b> % of Total: 100.00% (180,271)	<b>127,730</b> % of Total: 100.00% (127,730)	<b>00:00:42</b> Avg for View: 00:00:42 (0.00%)	<b>33,347</b> % of Total: 100.00% (33,347)	<b>51.75%</b> Avg for View: 51.75% (0.00%)	<b>18.50%</b> Avg for View: 18.50% (0.00%)	<b>CZK 285.57</b> % of Total: 97.65% (CZK 292.44)
1. /	<b>7,805</b> (4.33%)	<b>5,649</b> (4.42%)	<b>00:00:59</b>	<b>4,888</b> (14.66%)	<b>15.86%</b>	<b>18.32%</b>	<b>CZK 182.45</b> (63.89%)
2. /moto-obleceni/	<b>4,238</b> (2.35%)	<b>2,592</b> (2.03%)	<b>00:00:15</b>	<b>422</b> (1.27%)	<b>14.42%</b>	<b>5.17%</b>	<b>CZK 160.72</b> (56.28%)
3. /basket/	<b>3,995</b> (2.22%)	<b>1,497</b> (1.17%)	<b>00:01:08</b>	<b>261</b> (0.78%)	<b>57.03%</b>	<b>11.76%</b>	<b>CZK 1,306.87</b> (457.63%)
4. /moto-prilby/	<b>2,788</b> (1.55%)	<b>1,781</b> (1.39%)	<b>00:00:24</b>	<b>614</b> (1.84%)	<b>25.20%</b>	<b>12.23%</b>	<b>CZK 122.14</b> (42.77%)
5. /moto-bundya-a-mikiny/	<b>1,413</b> (0.78%)	<b>975</b> (0.76%)	<b>00:00:26</b>	<b>71</b> (0.21%)	<b>22.54%</b>	<b>5.52%</b>	<b>CZK 166.77</b> (58.40%)
6. /moto-boty/	<b>1,342</b> (0.74%)	<b>884</b> (0.69%)	<b>00:00:25</b>	<b>255</b> (0.76%)	<b>32.16%</b>	<b>13.93%</b>	<b>CZK 77.91</b> (27.28%)
7. /moto-prislusenstvi-a-doplanky/	<b>1,278</b> (0.71%)	<b>811</b> (0.63%)	<b>00:00:19</b>	<b>79</b> (0.24%)	<b>28.21%</b>	<b>6.34%</b>	<b>CZK 149.00</b> (52.18%)
8. /moto-kalhoty/	<b>1,142</b> (0.63%)	<b>780</b> (0.61%)	<b>00:00:20</b>	<b>195</b> (0.58%)	<b>38.66%</b>	<b>12.26%</b>	<b>CZK 253.54</b> (88.78%)
9. /moto-rukavice/	<b>1,057</b> (0.59%)	<b>743</b> (0.58%)	<b>00:00:27</b>	<b>227</b> (0.68%)	<b>33.04%</b>	<b>16.27%</b>	<b>CZK 83.12</b> (29.11%)
10. /integralni-prilby/	<b>891</b> (0.49%)	<b>680</b> (0.53%)	<b>00:00:49</b>	<b>87</b> (0.26%)	<b>44.32%</b>	<b>12.23%</b>	<b>CZK 132.46</b> (46.39%)

Přehled výsledků pro jednotlivé stránky webu - / = home page (hlavní stránka), ostatní jsou stránky s přehledem produktových kategorií, možno sledovat každou stránku, která má vlastní URL.



# Přehled o uživateli

## Jací lidé chodí na web?

- **Demografie** - věk, pohlaví
- **Zájmy** - Co je zajímavé, co nakupují? (další slide náhled)
- **Geografie** - země nebo město původu návštěvníka
- **Chování** - počet návštěv a dny od poslední návštěvy, noví vs vracející se
- **Zařízení** - srovnání mobil vs desktop
- **Prohlížeče** - srovnání internetových prohlížečů

# Výkonnostní metriky pro přehledy



Acquisition			Behaviour			Conversions		
Users ?	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?	Transactions ?	Revenue ?	E-commerce Conversion Rate ?
20,011 % of Total: 100.00% (20,011)	13,064 % of Total: 100.05% (13,057)	33,366 % of Total: 100.00% (33,366)	51.75% Avg for View: 51.75% (0.00%)	5.40 Avg for View: 5.40 (0.00%)	00:03:07 Avg for View: 00:03:07 (0.00%)	429 % of Total: 100.00% (429)	CZK 1,127,599.00 % of Total: 100.00% (CZK 1,127,599.00)	1.29% Avg for View: 1.29% (0.00%)

Přehledy pro jednotlivé **dimenze** (skupiny zákazníků, zdroje návštěvnosti, stránky, atd.) se dělí do třech základních oddílů viz screen - akvizice, chování na webu a konverze.





# Přehled o uživateli

## Metriky

WXL

y

Age ?

### Dimenze

1. 45-54

2. 35-44

3. 25-34

4. 55-64

5. 65+

6. 18-24

Acquisition			Behaviour			Conversions		
Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?	Transactions ?	Revenue ?	E-commerce Conversion Rate ?
7,939 % of Total: 39.67% (20,011)	4,605 % of Total: 35.27% (13,057)	13,298 % of Total: 39.85% (33,366)	52.15% Avg for View: 51.75% (0.78%)	5.33 Avg for View: 5.40 (-1.34%)	00:02:59 Avg for View: 00:03:07 (-4.22%)	173 % of Total: 40.33% (429)	CZK 436,186.00 % of Total: 38.68% (CZK 1,127,599.00)	1.30% Avg for View: 1.29% (1.18%)
2,049 (25.73%)	1,171 (25.43%)	3,483 (26.19%)	51.42%	5.50	00:03:21	55 (31.79%)	CZK 128,132.00 (29.38%)	1.58%
2,046 (25.69%)	1,137 (24.69%)	3,529 (26.54%)	53.78%	4.96	00:02:47	39 (22.54%)	CZK 122,198.00 (28.02%)	1.11%
1,641 (20.60%)	992 (21.54%)	2,729 (20.52%)	50.46%	5.41	00:02:48	37 (21.39%)	CZK 85,756.00 (19.66%)	1.36%
882 (11.07%)	503 (10.92%)	1,346 (10.12%)	52.30%	5.15	00:02:54	16 (9.25%)	CZK 28,409.00 (6.51%)	1.19%
762 (9.57%)	449 (9.75%)	1,249 (9.39%)	52.28%	5.85	00:03:10	13 (7.51%)	CZK 42,278.00 (9.69%)	1.04%
585 (7.34%)	353 (7.67%)	962 (7.23%)	53.22%	5.44	00:02:45	13 (7.51%)	CZK 29,413.00 (6.74%)	1.35%



# Obchodní výsledky

## Jak se daří prodeji?

- Tržby, nákupy, průměrná hodnota objednávky
- Konverzní poměr - návštěvy / nákupů

### Revenue & Conversion Rate

Revenue

CZK 1,127,599  
.00



E-commerce Conversion Rate

1.29%



### Transactions

Transactions

429



Avg. Order Value

CZK 2,628.44





# Obchodní výsledky

Denní tržby, daně, náklady na dopravu, počet

prodaných ks.

Dimenzí jsou zde dny v měsíci 20221110 = 10.  
listopadu 2022

Date	Revenue ?	Tax ?	Delivery ?	Refund Amount ?	Quantity ?
	CZK 1,127,599.00 % of Total: 100.00% (CZK 1,127,599.00)	CZK 189,557.44 % of Total: 100.00% (CZK 189,557.44)	CZK 16,219.00 % of Total: 100.00% (CZK 16,219.00)	CZK 0.00 % of Total: 0.00% (CZK 0.00)	984 % of Total: 100.00% (984)
1. 20221110	CZK 127,058.00 (11.34%)	CZK 39,059.37 (20.61%)	CZK 3,417.00 (21.25%)	CZK 0.00 (0.00%)	190 (19.31%)
2. 20221108	CZK 217,220.00 (19.26%)	CZK 36,971.97 (19.50%)	CZK 2,236.00 (13.79%)	CZK 0.00 (0.00%)	171 (17.38%)
3. 20221114	CZK 157,200.00 (13.94%)	CZK 25,286.61 (13.34%)	CZK 2,237.00 (13.79%)	CZK 0.00 (0.00%)	123 (12.50%)
4. 20221111	CZK 149,227.00 (13.23%)	CZK 25,291.21 (13.34%)	CZK 3,593.00 (22.15%)	CZK 0.00 (0.00%)	160 (16.26%)
5. 20221112	CZK 143,834.00 (12.76%)	CZK 24,442.19 (12.89%)	CZK 1,227.00 (7.57%)	CZK 0.00 (0.00%)	108 (10.98%)
6. 20221109	CZK 123,436.00 (10.95%)	CZK 19,687.07 (10.39%)	CZK 2,007.00 (12.37%)	CZK 0.00 (0.00%)	113 (11.48%)
7. 20221111	CZK 109,624.00 (9.72%)	CZK 18,819.02 (9.93%)	CZK 1,472.00 (9.08%)	CZK 0.00 (0.00%)	119 (12.09%)



# Výkon produktů

## Výsledky pro jednotlivé produkty - celkové tržby,

počet

a průměr

transakce

cena

Product ?	Product Revenue ? ↓	Unique Purchases ?	Quantity ?	Avg. Price ?	Avg. QTY ?
	<b>CZK 91,675,408.00</b> % of Total: 100.00% (CZK 91,675,408.00)	<b>63,341</b> % of Total: 100.00% (63,341)	<b>81,273</b> % of Total: 100.00% (81,273)	<b>CZK 1,127.99</b> Avg for View: CZK 1,127.99 (0.00%)	<b>1.28</b> Avg for View: 1.28 (0.00%)
1. Sada 2 ks Bluetooth Intercomu MaxTo M2	<b>CZK 984,649.00</b> (1.07%)	194 (0.31%)	253 (0.31%)	CZK 3,891.89	1.30
2. Bluetooth Intercom MaxTo M2	<b>CZK 455,619.00</b> (0.50%)	167 (0.26%)	223 (0.27%)	CZK 2,043.13	1.34
3. Dárkový poukaz Motozem - Velikost : 2000 Kč	<b>CZK 430,000.00</b> (0.47%)	154 (0.24%)	215 (0.26%)	CZK 2,000.00	1.40
4. Dárkový poukaz Motozem - Velikost : 5000 Kč	<b>CZK 400,000.00</b> (0.44%)	41 (0.06%)	80 (0.10%)	CZK 5,000.00	1.95
5. CellularLine Interphone Tour Twin Pack	<b>CZK 369,557.00</b> (0.40%)	38 (0.06%)	44 (0.05%)	CZK 8,399.02	1.16
6. Dárkový poukaz Motozem - Velikost : 1000 Kč	<b>CZK 294,000.00</b> (0.32%)	195 (0.31%)	294 (0.36%)	CZK 1,000.00	1.51
7. CellularLine Interphone Tour Single pack	<b>CZK 217,953.00</b> (0.24%)	42 (0.07%)	48 (0.06%)	CZK 4,540.69	1.14
8. Bluetooth Intercom MaxTo M3 s FULL HD kamerou SONY	<b>CZK 206,373.00</b> (0.23%)	40 (0.06%)	47 (0.06%)	CZK 4,390.91	1.18
9. Hydraulický zvedák R-TECH pro ATV i Chopper	<b>CZK 152,367.00</b> (0.17%)	29 (0.05%)	50 (0.06%)	CZK 3,047.34	1.72
10. Dárkový poukaz Motozem - Velikost : 500 Kč	<b>CZK 127,000.00</b> (0.14%)	119 (0.19%)	254 (0.31%)	CZK 500.00	2.13



# Výkon kanálů (zdrojů)

Dimenze (Source / Medium) = kanál, ze kterého

přišli na web návštěvníci a výsledky pro daný kanál.

Source/Medium	Acquisition			Behaviour			Conversions		Revenue
	Users	New Users	Sessions	Source Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	E-commerce Conversion Rate	Transactions	
	910,503 % of Total: 100.00% (910,503)	889,363 % of Total: 100.09% (888,565)	2,449,286 % of Total: 100.00% (2,449,286)	48.46% Avg for View: 48.46% (0.00%)	5.61 Avg for View: 5.61 (0.00%)	00:03:18 Avg for View: 00:03:18 (0.00%)	1.16% Avg for View: 1.16% (0.00%)	28,518 % of Total: 100.00% (28,518)	CZK 92,693,64 % of Total: (CZK 92,693,64)
google / cpc	456,009 (39.39%)	375,617 (42.23%)	1,133,670 (46.29%)	52.05%	5.18	00:02:54	1.14%	12,931 (45.34%)	CZK 43,238,580.00
google / organic	269,092 (23.24%)	193,714 (21.78%)	473,697 (19.34%)	44.95%	5.59	00:03:33	1.06%	5,006 (17.55%)	CZK 17,460,947.00
sklik / cpc	133,208 (11.51%)	75,683 (8.51%)	350,641 (14.32%)	47.37%	6.37	00:03:22	0.99%	3,472 (12.17%)	CZK 8,745,520.00
(direct) / (none)	119,339 (10.31%)	118,626 (13.34%)	199,515 (8.15%)	46.09%	6.04	00:04:00	1.27%	2,540 (8.91%)	CZK 9,459,538.00
seznam / organic	56,137 (4.85%)	40,282 (4.53%)	89,253 (3.64%)	45.50%	6.16	00:03:36	1.19%	1,059 (3.71%)	CZK 2,161,000.00
fb / cpc	27,095 (2.34%)	23,375 (2.63%)	48,832 (1.99%)	44.34%	4.95	00:02:08	0.44%	213 (0.75%)	CZK 653,224.00
motorkari.cz / referral	12,214 (1.05%)	7,532 (0.85%)	18,290 (0.75%)	40.32%	5.72	00:03:07	0.34%	63 (0.22%)	CZK 150,525.00
m.facebook.com / referral	11,144 (0.96%)	10,378 (1.17%)	15,782 (0.64%)	59.56%	3.31	00:02:22	1.12%	176 (0.62%)	CZK 392,899.00
heureka.cz / product	11,028 (0.95%)	4,893 (0.55%)	18,747 (0.77%)	46.59%	5.26	00:03:51	2.20%	412 (1.44%)	CZK 1,619,221.00
zbozi.cz / product	10,681 (0.92%)	5,658 (0.64%)	15,075 (0.62%)	51.24%	5.01	00:03:43	3.63%	547 (1.92%)	CZK 1,049,072.00



# Výkon kanálů (zdrojů)

- Google / cpc - placené kampaně na Google - např. Vyhledávací kampaně
- Google / organic - návštěvy z vyhledávání na Google, neplacené
- Sklik / cpc - placené kampaně na Skliku
- Direct / none - přímé zadání URL adresy - pokud jsem web v minulosti navštívil, stačí do řádku pro URL začít psát a adresa se vyplní automaticky
- Motorkari.cz / refferal - návštěvy z webu, který odkazuje na náš web - refferal = odkaz na jakémkoliv webu vedoucí k nám
- Facebook.com / refferal - odkaz z FB - může být například odkaz ve zprávě na messengeru, ze kterého se člověk dostane na web

# Google / cnc



kopačky nike



All

Shopping

Images

Videos

News

More

Tools

About 3,440,000 results (0.51 seconds)

## Ads · Shop kopačky nike



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 2,499**

11teamsports.cz

+CZK 99.00 s...

By Smarketer



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 7,569**

11teamsports.cz

Free shipping

By Smarketer



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 7,029**

11teamsports.cz

Free shipping

By Smarketer



AFFINEST  
Pánské...

**CZK 1,249**

fruugo.cz

Free shipping

By Kelkoo



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 2,299**

11teamsports.cz

+CZK 99.00 s...

By Smarketer



Ad · <https://www.11teamsports.cz/kopacky/nike>

## Kopačky Nike - 11teamsports.cz

Top fotbalové vybavení na hřiště a trendy móda mimo hřiště, to vše pod jednou střešou. Všechny oblíbené střelky na jednom místě. Vyber nové **kopačky Nike** a vyraž za svými sny. 100% originální zboží. Skvělé recenze. Exkluzivní řady. Expedujeme do 24 hodin. TopID.

[Nike CR7](#) · [Nike Mercurial](#) · [Phantom VSN](#) · [Vrať až v lednu](#) · [Dětské kopačky Nike](#)

# Google / cnc



kopačky nike



All

Shopping

Images

Videos

News

More

Tools

About 3,440,000 results (0.51 seconds)

## Ads · Shop kopačky nike



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 2,499**

11teamsports.cz

+CZK 99.00 s...

By Smarketer



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 7,569**

11teamsports.cz

Free shipping

By Smarketer



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 7,029**

11teamsports.cz

Free shipping

By Smarketer



AFFINEST  
Pánské...

**CZK 1,249**

fruugo.cz

Free shipping

By Kelkoo



Kopačky Nike  
Zoom Mercuri...

**CZK 2,299**

11teamsports.cz

+CZK 99.00 s...

By Smarketer



Ad · <https://www.11teamsports.cz/kopacky/nike>

## Kopačky Nike - 11teamsports.cz

Top fotbalové vybavení na hřiště a trendy móda mimo hřiště, to vše pod jednou střešou. Všechny oblíbené střelky na jednom místě. Vyber nové **kopačky Nike** a vyraž za svými sny. 100% originální zboží. Skvělé recenze. Exkluzivní řady. Expedujeme do 24 hodin. TopID.

[Nike CR7](#) · [Nike Mercurial](#) · [Phantom VSN](#) · [Vrať až v lednu](#) · [Dětské kopačky Nike](#)



# Direct / none



 [motozem.cz](https://motozem.cz)

 **Motorkářské oblečení, boty, bundy, kalhoty, kombinézy, přilby, helmy rukavice | Motozem.cz - [motozem.cz](https://motozem.cz)**

# Výkon kampaní - POJMENOVÁN



Campaign ?	Acquisition			Behaviour			Conversions <span>E-commerce ▾</span>		
	Users ? ↓	New Users ?	Sessions ?	Bounce Rate ?	Pages/Session ?	Avg. Session Duration ?	E-commerce Conversion Rate ?	Transactions ?	Revenue ?
	910,503 % of Total: 100.00% (910,503)	889,393 % of Total: 100.09% (888,565)	2,449,363 % of Total: 100.00% (2,449,286)	48.46% Avg for View: 48.46% (0.00%)	5.61 Avg for View: 5.61 (0.00%)	00:03:18 Avg for View: 00:03:18 (0.00%)	1.16% Avg for View: 1.16% (0.00%)	28,518 % of Total: 100.00% (28,518)	CZK 92,693,64 % of Total: (CZK 92,693)
1. (not set)	498,854 (38.32%)	413,127 (46.45%)	911,307 (37.21%)	44.81%	5.86	00:03:51	1.32%	12,000 (42.08%)	CZK 40,941,413.00
2. PLA smart (1100%)	222,650 (17.11%)	159,393 (17.92%)	513,026 (20.95%)	65.08%	3.62	00:02:10	1.18%	6,036 (21.17%)	CZK 19,733,020.00
3. S: Brand	100,936 (7.75%)	64,002 (7.20%)	226,925 (9.26%)	18.82%	11.13	00:06:07	1.87%	4,241 (14.87%)	CZK 13,456,196.00
4. PMax: PLA smart (1200%)	58,123 (4.47%)	41,508 (4.67%)	123,370 (5.04%)	65.85%	3.53	00:01:59	1.02%	1,257 (4.41%)	CZK 4,287,250.00
5. S: DSA + RDSA	33,635 (2.58%)	18,009 (2.02%)	53,845 (2.20%)	36.08%	7.03	00:04:00	1.29%	697 (2.44%)	CZK 2,523,199.00
6. K: DRTG produkty - desktop	29,657 (2.28%)	6,579 (0.74%)	79,575 (3.25%)	53.66%	5.42	00:02:59	0.96%	761 (2.67%)	CZK 1,917,322.00
7. S: Moto helmy	24,773 (1.90%)	17,000 (1.91%)	35,457 (1.45%)	35.53%	6.10	00:03:08	0.58%	205 (0.72%)	CZK 552,924.00
8. DSA (feed)	24,729 (1.90%)	13,976 (1.57%)	35,050 (1.43%)	61.85%	4.36	00:02:53	1.63%	571 (2.00%)	CZK 1,718,866.00
9. K: DRTG produkty - mobile	22,492 (1.73%)	4,160 (0.47%)	51,720 (2.11%)	64.87%	3.68	00:02:00	0.59%	307 (1.08%)	CZK 799,764.00
0. DRTG: navstevnici webu Seznamu	17,143 (1.32%)	14,259 (1.60%)	20,178 (0.82%)	71.52%	3.06	00:01:27	0.54%	108 (0.38%)	CZK 135,196.00

# Výkon kampaní - POJMENOVÁNÍ



## JE ZÁKLAD

- Dimenzí je název kampaně v některém z komunikačních kanálů (Google, Facebook)
- Pojmenování kampaně z daného kanálu se propíše do Google Analytics
- Můžu tedy sledovat výsledky pro konkrétní kampaně a podle toho vyhodnocovat
- Pojmenování si každý určí podle sebe
- PLA smart = produktová kampaň na Google
- S: Brand = vyhledávací kampaň zaměřená na dotazy obsahující název značky (např. Nike, MotoZem, atd.)
- DRTG = dynamický remarketing

# Výkon kanálů



Source/Medium ?	Users ?	Sessions ?	Impressions ?	Clicks ? ↓	Cost ?	CTR ?	CPC ?
	<b>910,503</b> % of Total: 100.00% (910,503)	<b>2,449,286</b> % of Total: 100.00% (2,449,286)	<b>98,300,663</b> % of Total: 100.00% (98,300,663)	<b>1,300,406</b> % of Total: 100.00% (1,300,406)	<b>CZK 5,337,965.67</b> % of Total: 100.00% (CZK 5,337,965.67)	<b>1.32%</b> Avg for View: 1.32% (0.00%)	<b>CZK 4.10</b> Avg for View: CZK 4.10 (0.00%)
1. <a href="#">google / cpc</a>	<b>456,009</b> (39.39%)	<b>1,133,670</b> (46.29%)	<b>61,433,239</b> (62.50%)	<b>949,715</b> (73.03%)	<b>CZK 4,107,676.12</b> (76.95%)	<b>1.55%</b>	<b>CZK 4.33</b>
2. <a href="#">sklik / cpc</a>	<b>133,208</b> (11.51%)	<b>350,641</b> (14.32%)	<b>35,766,092</b> (36.38%)	<b>318,397</b> (24.48%)	<b>CZK 1,101,247.56</b> (20.63%)	<b>0.89%</b>	<b>CZK 3.46</b>
3. <a href="#">heureka.cz / product</a>	<b>11,028</b> (0.95%)	<b>18,747</b> (0.77%)	<b>0</b> (0.00%)	<b>18,192</b> (1.40%)	<b>CZK 99,041.12</b> (1.86%)	<b>0.00%</b>	<b>CZK 5.44</b>
4. <a href="#">zbozi.cz / product</a>	<b>10,681</b> (0.92%)	<b>15,075</b> (0.62%)	<b>1,101,332</b> (1.12%)	<b>14,102</b> (1.08%)	<b>CZK 30,000.87</b> (0.56%)	<b>1.28%</b>	<b>CZK 2.13</b>

# Výkon klíčových slov



Keyword <sup>?</sup>	Acquisition				
	Clicks <sup>?</sup> ↓	Cost <sup>?</sup>	CPC <sup>?</sup>	Users <sup>?</sup>	Sessions <sup>?</sup>
	<b>375,009</b> % of Total: 28.84% (1,300,406)	<b>CZK 1,434,390.31</b> % of Total: 26.87% (CZK 5,337,965.67)	<b>CZK 3.82</b> Avg for View: CZK 4.10 (-6.82%)	<b>227,145</b> % of Total: 24.95% (910,503)	<b>465,833</b> % of Total: 19.02% (2,449,286)
1. <b>motozem</b>	<b>118,923</b> (31.71%)	<b>CZK 93,822.92</b> (6.54%)	<b>CZK 0.79</b>	<b>73,758</b> (26.10%)	<b>163,665</b> (35.13%)
2. <b>Dynamic Search Ads</b>	<b>71,957</b> (19.19%)	<b>CZK 247,060.33</b> (17.22%)	<b>CZK 3.43</b>	<b>56,089</b> (19.85%)	<b>89,613</b> (19.24%)
3. <b>dárek pro motorkáře</b>	<b>15,012</b> (4.00%)	<b>CZK 113,962.20</b> (7.94%)	<b>CZK 7.59</b>	<b>12,354</b> (4.37%)	<b>15,475</b> (3.32%)
4. <b>helma na motorku</b>	<b>8,392</b> (2.24%)	<b>CZK 45,894.74</b> (3.20%)	<b>CZK 5.47</b>	<b>6,824</b> (2.42%)	<b>9,979</b> (2.14%)
5. <b>+motozem +brno</b>	<b>8,347</b> (2.23%)	<b>CZK 9,809.99</b> (0.68%)	<b>CZK 1.18</b>	<b>5,011</b> (1.77%)	<b>10,745</b> (2.31%)
6. <b>boty na motorku</b>	<b>4,780</b> (1.27%)	<b>CZK 30,822.62</b> (2.15%)	<b>CZK 6.45</b>	<b>3,842</b> (1.36%)	<b>5,475</b> (1.18%)
7. <b>moto boty</b>	<b>4,764</b> (1.27%)	<b>CZK 31,964.72</b> (2.23%)	<b>CZK 6.71</b>	<b>3,823</b> (1.35%)	<b>5,408</b> (1.16%)
8. <b>rukavice na motorku</b>	<b>4,404</b> (1.17%)	<b>CZK 31,342.54</b> (2.19%)	<b>CZK 7.12</b>	<b>3,652</b> (1.29%)	<b>4,991</b> (1.07%)
9. <b>moto zavazadla</b>	<b>4,187</b> (1.12%)	<b>CZK 23,928.84</b> (1.67%)	<b>CZK 5.72</b>	<b>3,444</b> (1.22%)	<b>4,590</b> (0.99%)
10. <b>padací rám</b>	<b>3,652</b> (0.97%)	<b>CZK 11,228.50</b> (0.78%)	<b>CZK 3.07</b>	<b>2,524</b> (0.89%)	<b>3,602</b> (0.77%)



# Výkon klíčových slov

- Dimenzí je klíčové slovo, které zákazník zadá při vyhledávání
- Analyzují, co zákazníci hledají a jak se chovají, když z reklam navazujících na dané klíčové slovo přijdou na web
- Klíčová slova hodnotím podle uvedených metrik
- Clicks - počet kliknutí na reklamu
- Cost - náklady na reklamy
- CPC - cena za 1 kliknutí na reklamu
- Users - počet lidí, kteří přišli z reklamy
- Sessions - počet návštěv
- Na následujícím slidu je další část přehledu pro klíčová slova - vysvětlivky pro metriky jsou výše v prezentaci



# Výkon klíčových slov

Behaviour		Conversions		
Bounce Rate ?	Pages/Session ?	E-commerce Conversion Rate ?	Transactions ?	Revenue ?
32.46% Avg for View: 48.46% (-33.03%)	7.51 Avg for View: 5.61 (33.84%)	1.19% Avg for View: 1.16% (2.27%)	5,547 % of Total: 19.45% (28,518)	CZK 18,996,087.00 % of Total: 20.49% (CZK 92,693,644.00)
19.89%	10.40	1.70%	2,787 (50.24%)	CZK 9,672,116.00 (50.92%)
46.15%	5.98	1.42%	1,273 (22.95%)	CZK 4,249,348.00 (22.37%)
47.40%	4.73	0.81%	125 (2.25%)	CZK 134,104.00 (0.71%)
32.58%	6.54	0.42%	42 (0.76%)	CZK 128,792.00 (0.68%)
23.94%	9.39	1.16%	125 (2.25%)	CZK 558,437.00 (2.94%)
29.35%	6.34	0.46%	25 (0.45%)	CZK 103,957.00 (0.55%)
30.29%	6.38	0.48%	26 (0.47%)	CZK 92,541.00 (0.49%)
33.52%	5.71	1.34%	67 (1.21%)	CZK 101,802.00 (0.54%)
55.75%	3.89	0.09%	4 (0.07%)	CZK 4,447.00 (0.02%)
7.66%	3.83	0.31%	11 (0.20%)	CZK 33,412.00 (0.18%)

# Úkol



- Google demo account –

[https://analytics.google.com/analytics/web/?utm\\_source=demoaccount&utm\\_medium=demoaccount&utm\\_campaign=demoaccount#/p213025502/](https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/p213025502/) – musíte mít Google účet



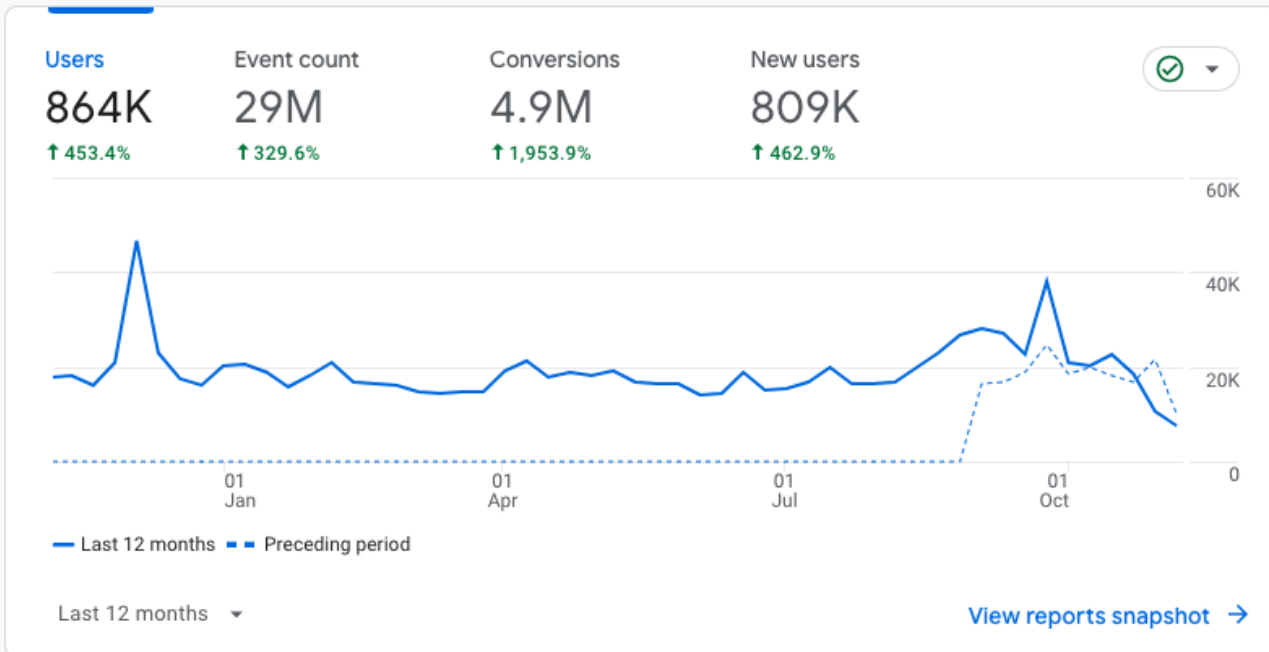


# Úkol

- Úkolem je najít dané informace, udělat screen a jednou větou okomentovat.
- a) Kolik bylo za posledních 12 měsíců na webu lidí a kolik bylo konverzí?
- b) Kolik bylo za říjen celkově tržeb?
- c) Kolik jsme v září utratili za reklamy?
- d) Kolik času průměrně lidé tráví na webu? – average engagement time per session
- e) Která stránka webu je nejnavštěvovanější?
- f) Jaké typy konverzí na webu můžeme sledovat?
- g) Kolik lidí přišlo v září z kanálu google / cpc (placená reklama na googlu)



## Home





All Users [Add comparison +](#)

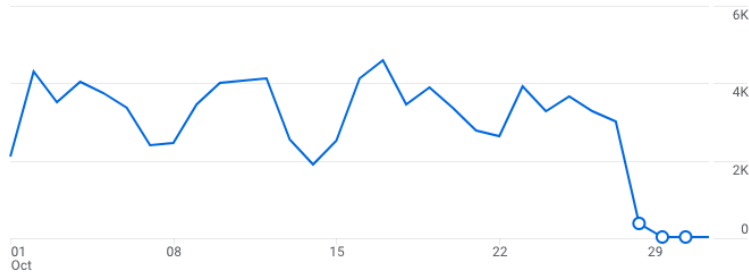
Custom 1 Oct - 31 Oct 2023

## Reports snapshot



**Users** **New users** **Average engagement time ?** **Total revenue ?**

**76K** **62K** **1m 40s** **\$127K**



USERS IN LAST 30 MINUTES

**62**

USERS PER MINUTE



TOP COUNTRIES

Country	Users
India	23
United States	10
South Korea	5
Taiwan	4
China	3

[View real time →](#)

**Insights 1**

**INSIGHT**

**Users dropped**

On the 30th of October, 2023

**CUSTOM INSIGHT** New

**Revenue was US\$19,959.16**

From the 29th of October to the 4th of November, 2023

[View all insights →](#)



Advertising snapshot

Performance

All channels

Attribution

Model comparison

Conversion paths

All channels ✔ 10/10 conversion events +

Custom 1 Sept - 30 Sept 2023 ↗

● Direct ● Organic Search ● Cross-network ● Referral ● Email

Rows per page: 10

Go to: 1 < 1-10 of 13 >

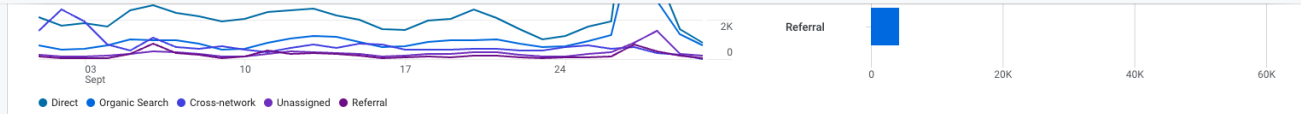
	Default channel group ▾	↓ Conversions	Ads cost	Cost per conversion	Total revenue	Return on ad spend
		493,629.00 <small>100% of total</small>	\$12,701.78 <small>100% of total</small>	\$0.03 <small>Avg 0%</small>	\$411,827.17 <small>100% of total</small>	32.42 <small>Avg 0%</small>
1	Direct	203,533.00	\$0.00	\$0.00	\$186,818.40	0.00
2	Organic Search	139,445.48	\$0.00	\$0.00	\$127,348.82	0.00
3	Cross-network	45,767.12	\$12,608.14	\$0.28	\$5,187.21	0.41
4	Referral	37,731.69	\$0.00	\$0.00	\$38,086.27	0.00
5	Email	24,863.23	\$0.00	\$0.00	\$30,896.13	0.00
6	Unassigned	19,830.75	\$0.00	\$0.00	\$0.00	0.00
7	Organic Social	17,510.60	\$0.00	\$0.00	\$18,778.54	0.00
8	Paid Search	3,414.20	\$0.00	\$0.00	\$1,169.35	0.00
9	Organic Video	806.13	\$0.00	\$0.00	\$3,188.80	0.00
10	Organic Shopping	553.17	\$0.00	\$0.00	\$353.65	0.00



- Reports snapshot
- Real-time
- Life cycle
- Acquisition
- Overview
- User acquisition
- Traffic acquisition
- Engagement
- Monetisation
- Retention
- Search Console
- Search Console
- User
- User Attributes
- Tech

Traffic acquisition: Session default channel group

Custom 1 Sept - 30 Sept 2023



Search...

Rows per page: 10 Go to: 1 < 1-10 of 14 >

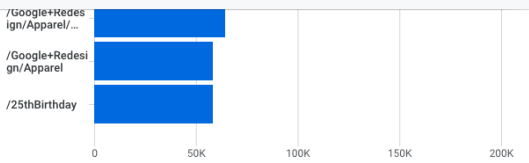
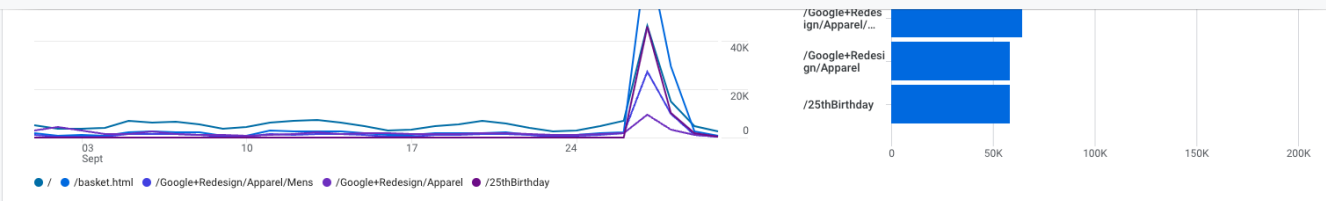
Session default channel group	Users	Sessions	Engaged sessions	Average engagement time per session	Engaged sessions per user	Events per session	Engagement rate	Event count
	100% of total	100% of total	100% of total	1m 44s Avg 0%	1.37 Avg 0%	28.32 Avg 0%	89.1% Avg 0%	4,918,827 100% of total
1 Direct	59,334	84,571	77,953	1m 39s	1.31	27.14	92.17%	2,295,150
2 Organic Search	26,768	42,249	37,752	1m 51s	1.41	29.83	89.36%	1,260,114
3 Cross-network	18,513	21,764	21,156	1m 09s	1.14	15.61	97.21%	339,789
4 Unassigned	8,340	5,766	54	2m 14s	<0.01	60.53	0.94%	349,037
5 Referral	4,306	7,679	6,799	2m 20s	1.58	35.16	88.54%	269,998
6 Organic Social	2,182	3,578	3,204	2m 49s	1.47	41.20	89.55%	147,413
7 Email	1,611	4,627	4,207	3m 40s	2.61	48.68	90.92%	225,227
8 Paid Search	1,457	2,887	2,809	17s	1.93	8.30	97.3%	23,969
9 Affiliates	120	168	154	21s	1.28	19.52	91.67%	3,279
10 Organic Video	78	101	87	2m 11s	1.12	33.69	86.14%	3,403





- Reports snapshot
- Real-time
- Life cycle
- Acquisition
  - Overview
  - User acquisition
  - Traffic acquisition
- Engagement
  - Overview
  - Events
  - Conversions
  - Pages and screens
  - Landing page
  - Monetisation
  - Retention
  - Search Console
  - User
  - User Attributes
  - Tech

Pages and screens: Page path and screen class 📉 + 📅 Custom 1 Sept - 30 Sept 2023 📄 🔗 ⚙️



Search... Rows per page: 10 Go to: 1 < 1-10 of 1183 >

Page path and screen class	Views	Users	Views per user	Average engagement time	Event count	Conversions	Total revenue
	1,624,144 <small>100% of total</small>	112,991 <small>100% of total</small>	14.37 <small>Avg 0%</small>	2m 41s <small>Avg 0%</small>	4,918,827 <small>100% of total</small>	493,629.00 <small>100% of total</small>	\$411,827.17 <small>100% of total</small>
1 /	198,598	55,292	3.59	31s	1,198,330	41,733.00	\$0.00
2 /basket.html	153,927	13,521	11.38	1m 56s	370,638	78,692.00	\$0.00
3 /Google+Redesign/Apparel/Mens	64,251	13,861	4.64	1m 21s	152,097	376.00	\$0.00
4 /Google+Redesign/Apparel	58,357	19,600	2.98	50s	153,929	11,972.00	\$0.00
5 /25thBirthday	58,140	13,715	4.24	41s	150,468	5,486.00	\$0.00
6 /store.html	57,757	11,187	5.16	55s	168,490	350.00	\$0.00
7 /Google+Redesign/Stationery	53,947	14,645	3.68	11s	113,138	11,383.00	\$0.00
8 /Google+Redesign/Clearance	48,306	13,125	3.68	54s	116,559	259.00	\$0.00
9 /signin.html	46,169	13,023	3.55	9s	74,560	245.00	\$0.00
10 /Google+Redesign/Lifestyle/Drinkware	43,221	14,558	2.97	43s	111,111	6,088.00	\$0.00



Try searching "measurement ID"



Reports snapshot



Real-time



Life cycle



Acquisition

Overview

User acquisition

Traffic acquisition



Engagement

Overview

Events

Conversions

Pages and screens

Landing page

Monetisation

Retention

Search Console

Search Console

Queries

Google organic search traf...

User

User Attributes

Tech



Conversions: Event name Custom 1 Sept - 30 Sept 2023

Event name	Conversions	Total users	Total revenue
<b>view_item</b>	181,402.00	40,496	\$0.00
<b>first_visit</b>	97,054.00	97,760	\$0.00
<b>view_cart</b>	76,817.00	13,511	\$0.00
<b>predicted_top_spenders</b>	74,084.00	45,229	\$0.00
<b>add_to_cart</b>	60,898.00	13,557	\$0.00
<b>purchase</b>	3,368.00	3,143	\$411,827.17
<b>page_view</b>	6.00	6	\$0.00



- Reports snapshot
- Real-time
- Life cycle
- Acquisition
  - Overview
  - User acquisition
  - Traffic acquisition**
- Engagement
  - Overview
  - Events
  - Conversions
  - Pages and screens
  - Landing page
- Monetisation
- Retention
- Search Console
- Search Console
  - Queries
  - Google organic search traf...
- User
  - User Attributes
  - Tech

Traffic acquisition: Session source/medium Custom 1 Sept - 30 Sept 2023

Search...

Rows per page: 10 Go to: 1 1-10 of 141

Session source/medium	Users	Sessions	Engaged sessions	Average engagement time per session	Engaged sessions per user	Events per session	Engagement rate	Event count All events	Conversion All even
	112,991 100% of total	173,686 100% of total	154,753 100% of total	1m 44s Avg 0%	1.37 Avg 0%	28.32 Avg 0%	89.1% Avg 0%	4,918,827 100% of total	493 100%
1 (direct) / (none)	59,334	84,571	77,953	1m 39s	1.31	27.14	92.17%	2,295,150	200
2 google / organic	24,946	39,411	35,175	1m 57s	1.41	31.09	89.25%	1,225,203	106
3 google / cpc	20,027	24,880	24,126	1m 03s	1.20	14.62	96.97%	363,785	35
4 (not set)	8,340	5,766	54	2m 14s	<0.01	60.53	0.94%	349,037	84
5 art-analytics.appspot.com / referral	2,601	4,876	4,287	2m 39s	1.65	37.09	87.92%	180,845	18
6 sites.google.com / referral	1,648	2,785	2,487	3m 11s	1.51	45.38	89.3%	126,391	12
7 Newsletter_Sept_2023 / email	1,222	3,465	3,153	3m 26s	2.58	45.60	91%	157,998	16
8 baidu / organic	1,160	1,185	1,168	10s	1.01	7.61	98.57%	9,012	1
9 support.google.com / referral	506	679	630	1m 31s	1.25	26.30	92.78%	17,856	1
10 bing / organic	444	643	554	1m 29s	1.25	30.25	86.16%	19,451	



**proficio**

Úvod do performance  
marketingu?

# Damián Sosna

Bývalý student OPF

Social Media Team Leader - Proficio

Freelancer

Promotér studentských akcí

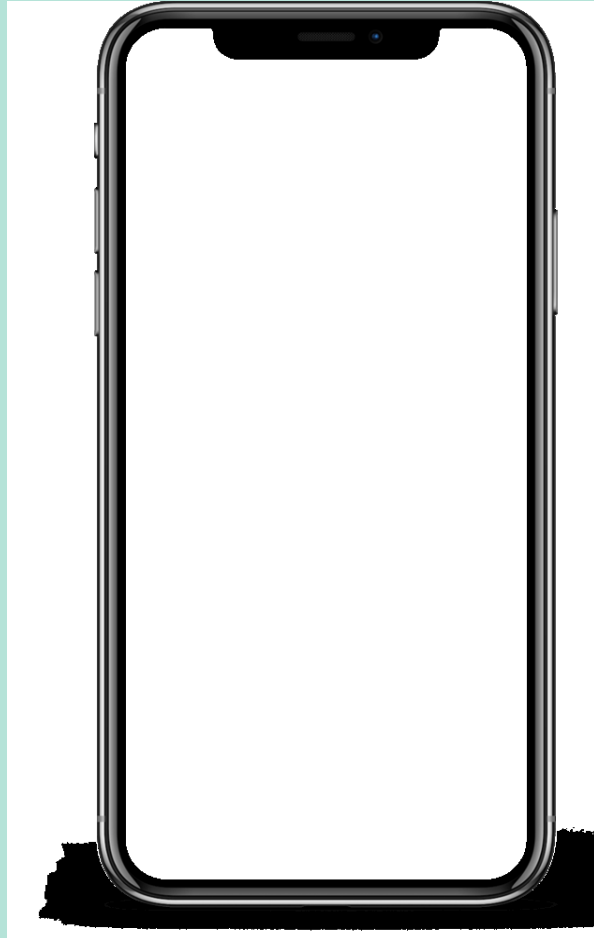
Majitel e-shopu



# O čem to dnes bude?

- Performance marketing - všeobecně
- Úkazka reklam
- Jak reklamu využít ve svůj prospěch, jako koncový zákazník
- Základní metriky - kdy, kterou využíváme?
- PPC reklama - jak funguje, aukce
- Využití PPC reklamy
- Strategie online reklamy
- Druhy PPC reklam
- Jak na správnou kreativitu

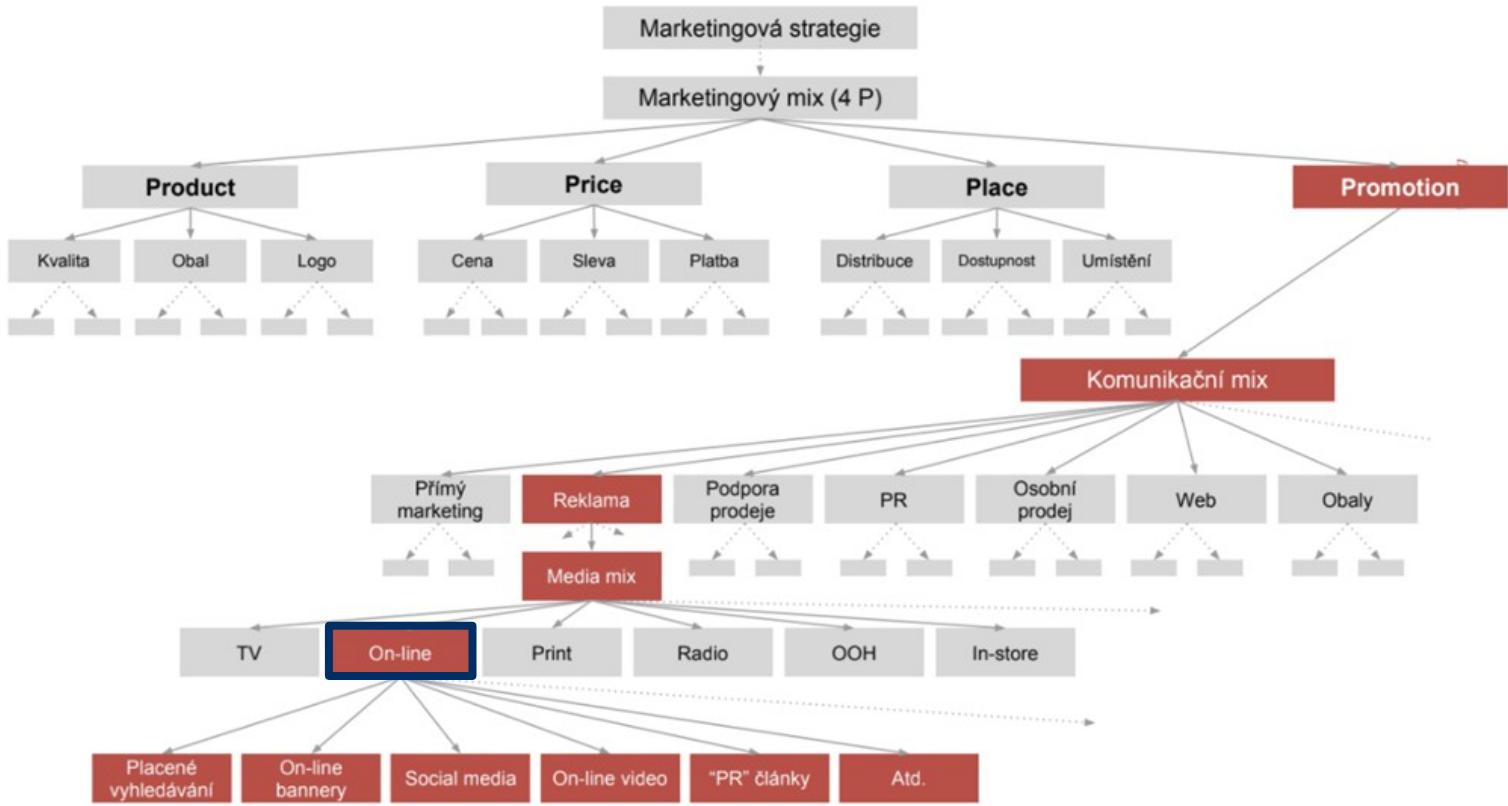
Co je to ten Performance  
marketing?



# Performance

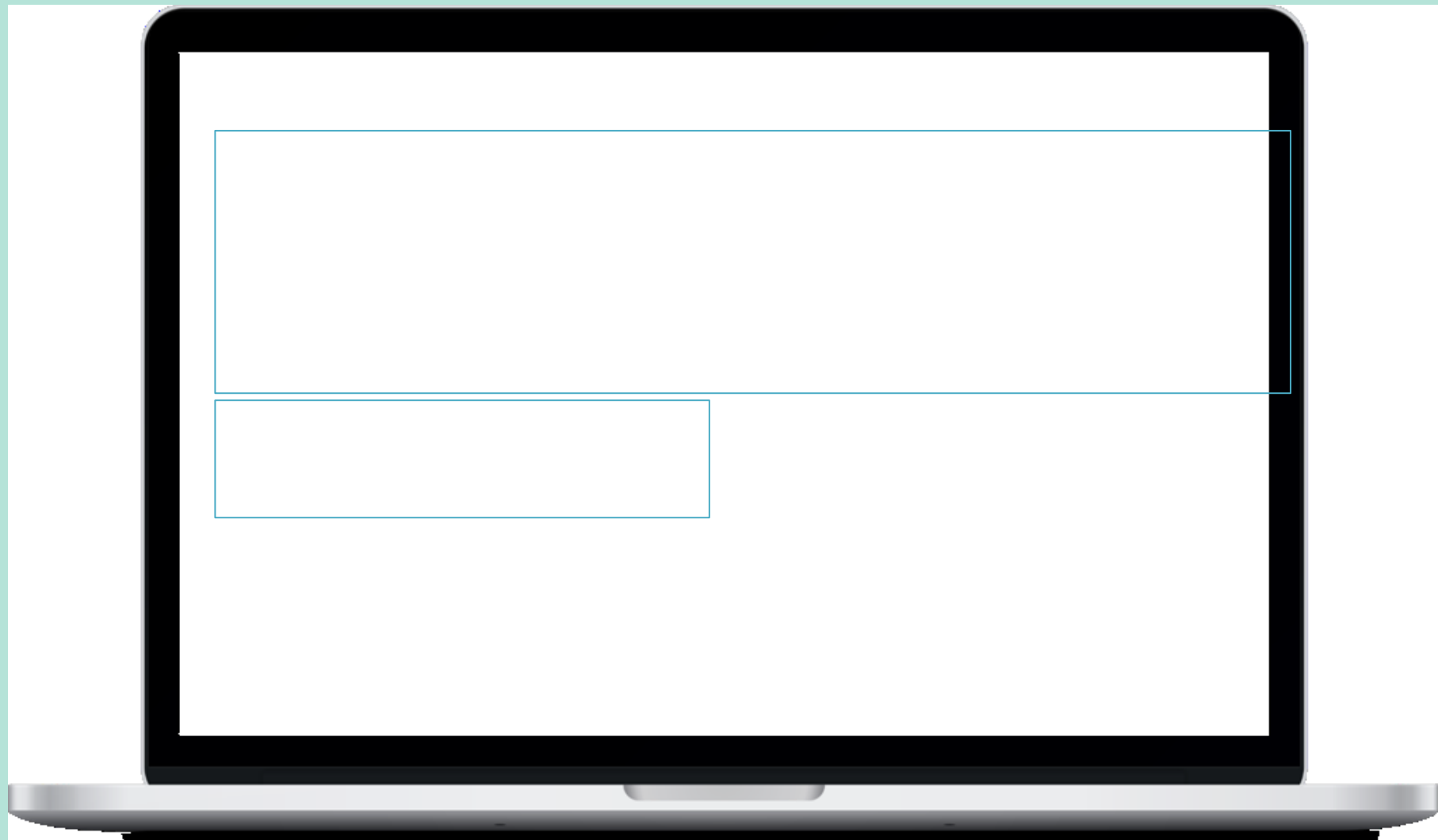
- Performance-based marketing (výkonnostní marketing)
- Zaměřený na dosažení konkrétních, měřitelných výsledků.
- Úzce souvisí s **online** propagací a jen slabě s offline.
- Cíle:
  - ukončené registrace (leads)
  - zvýšený prodej
  - návratnost na web
  - volání do firmy
  - stažení aplikace
  - A další

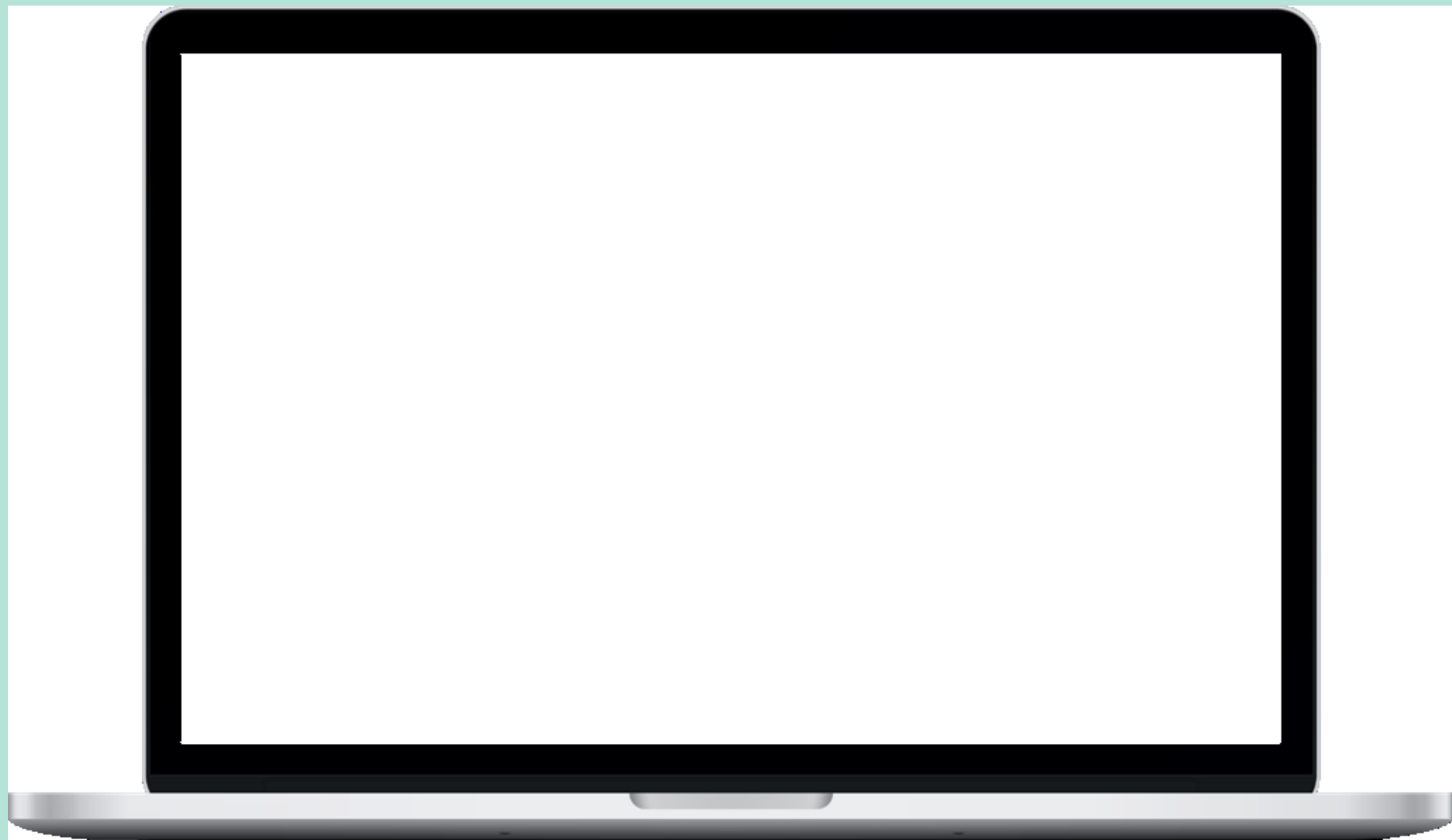


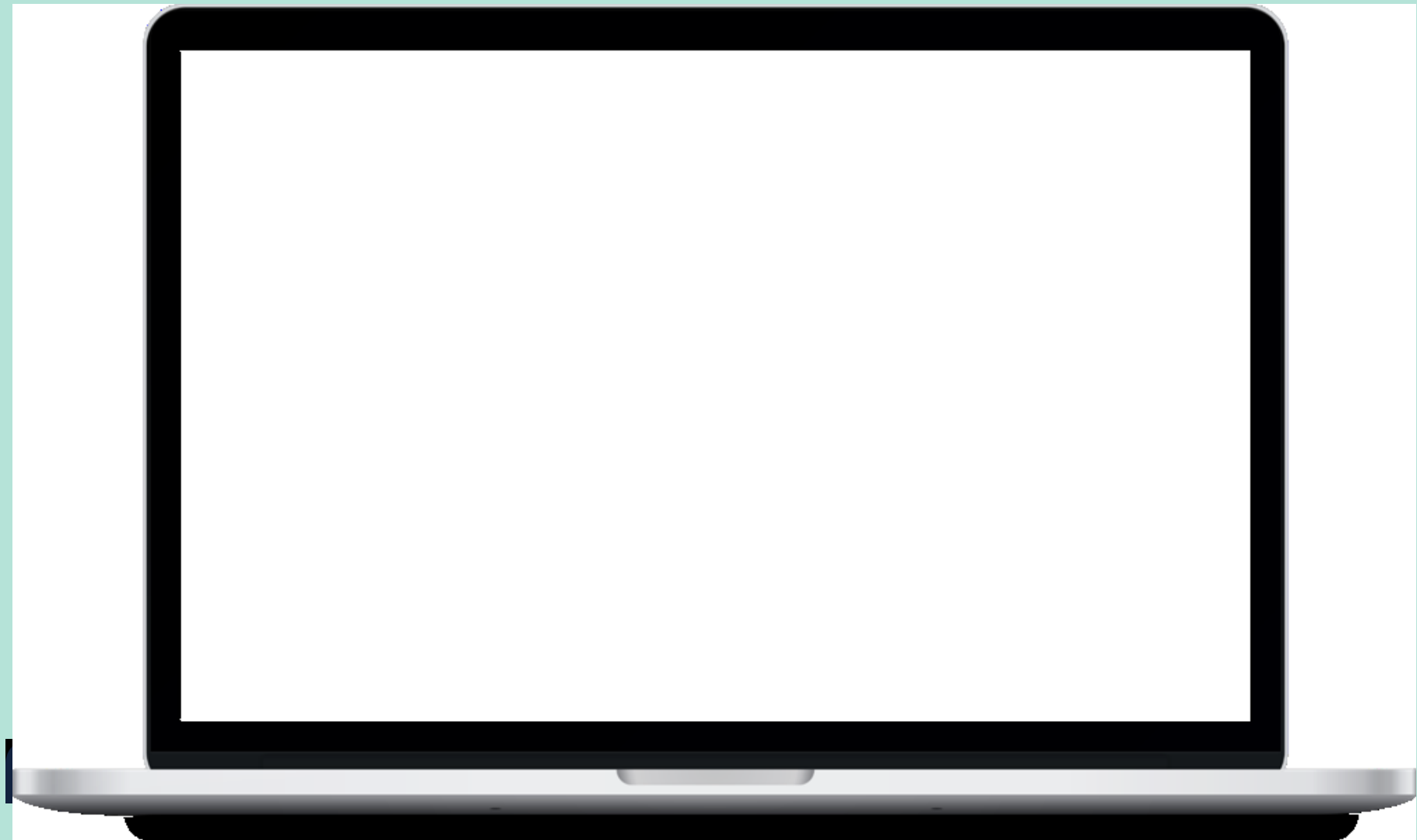


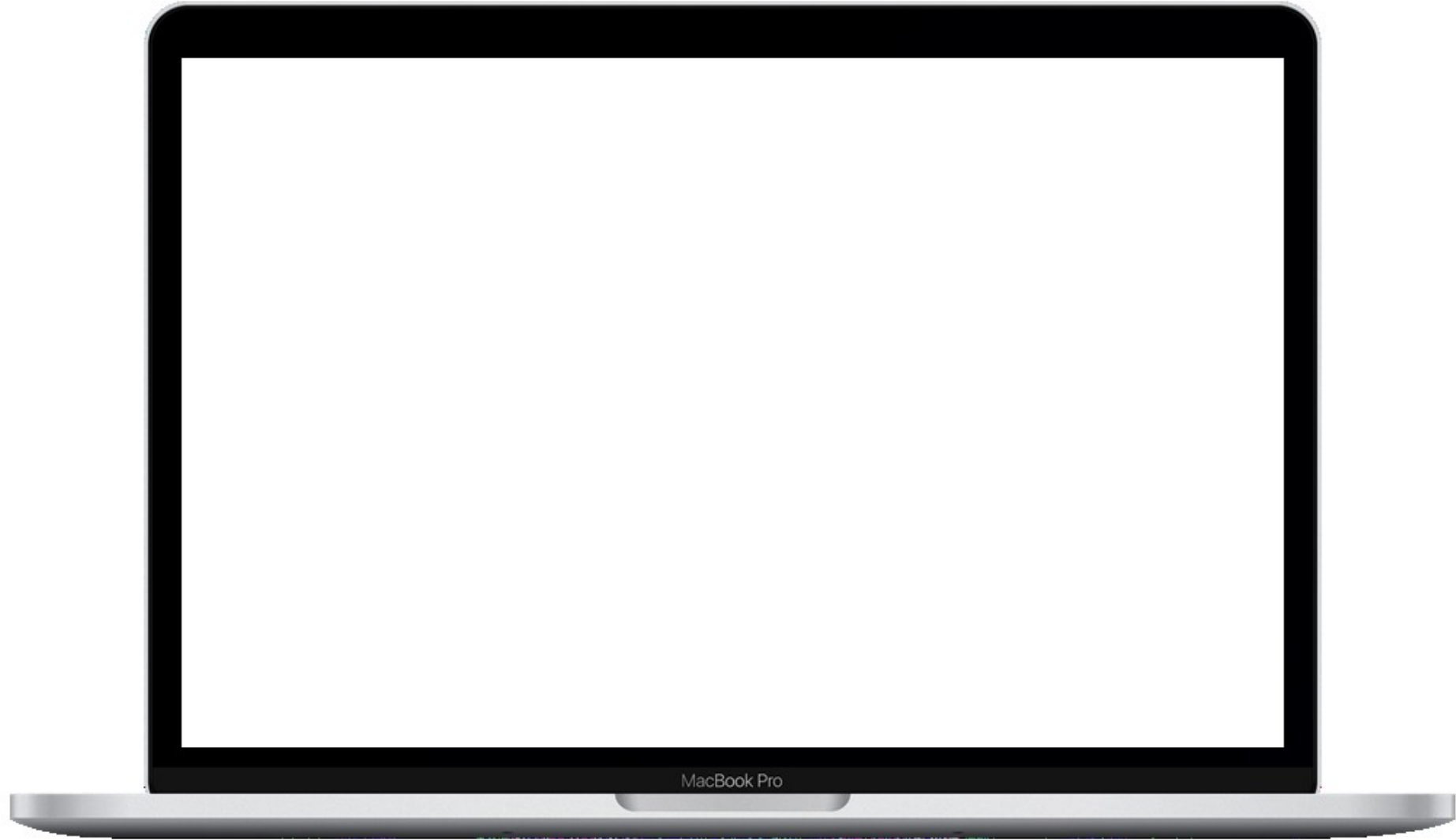
“Bez online (PPC) reklamy  
dneska nerozjedeš ani Ň”

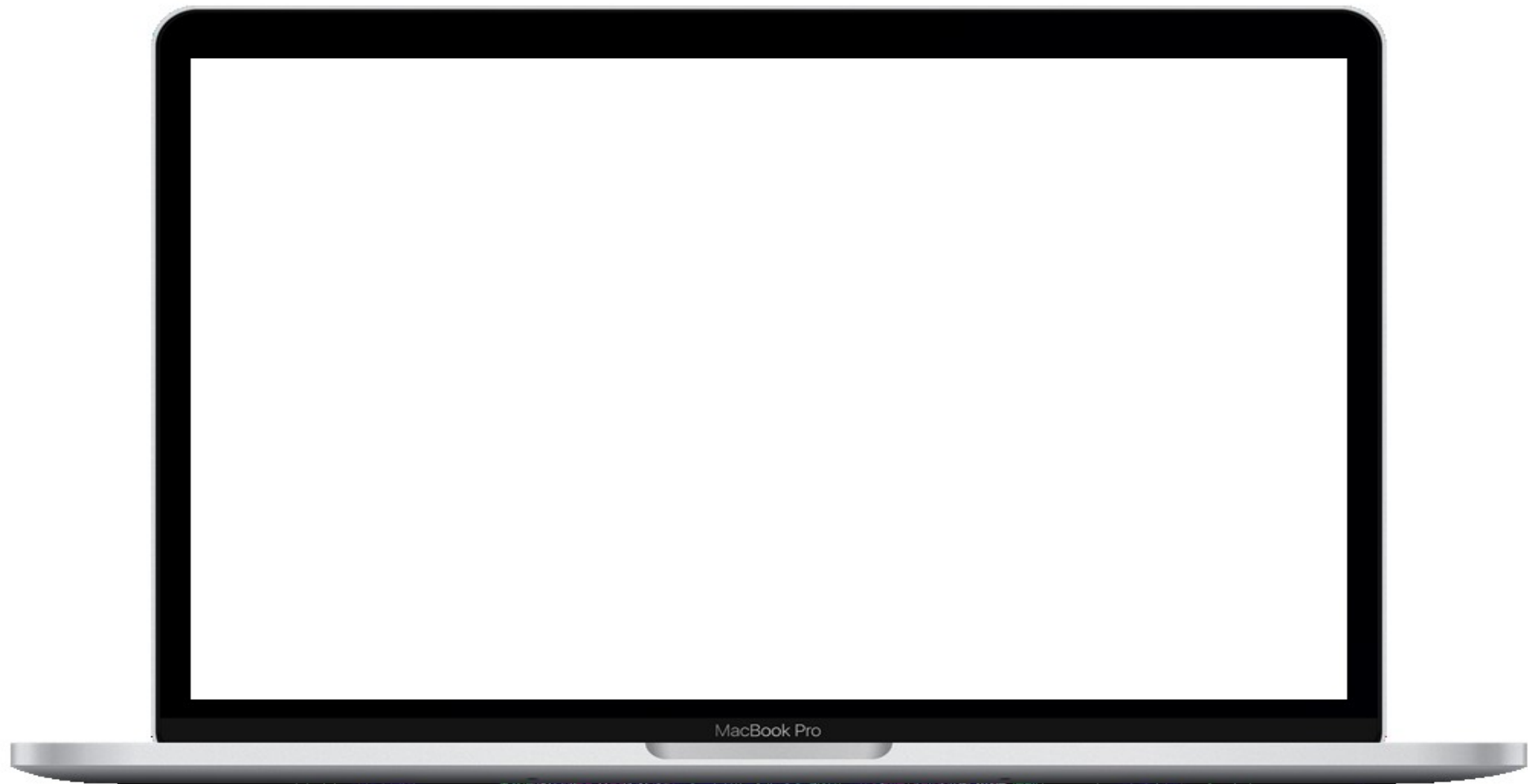




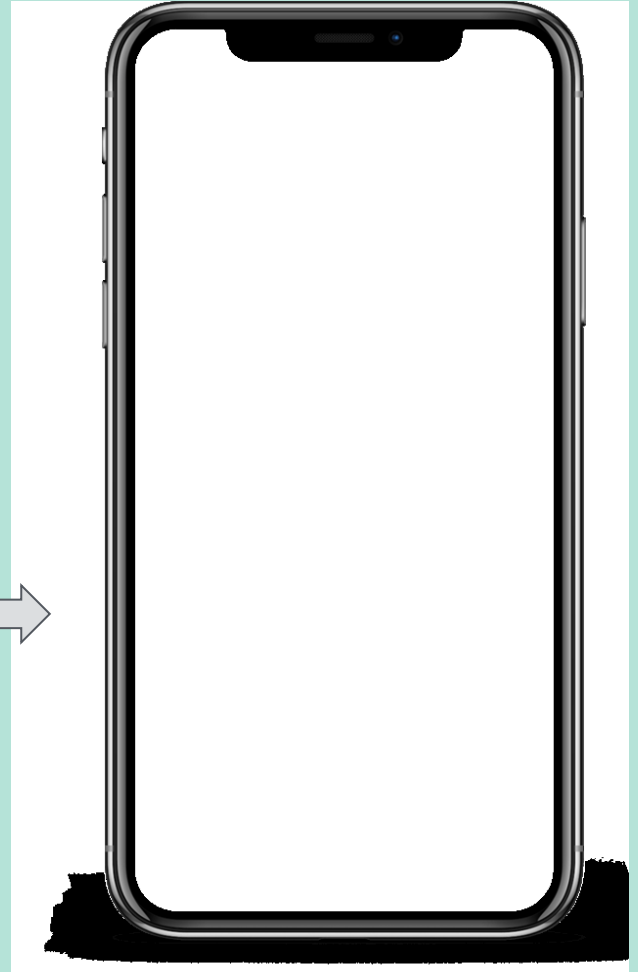
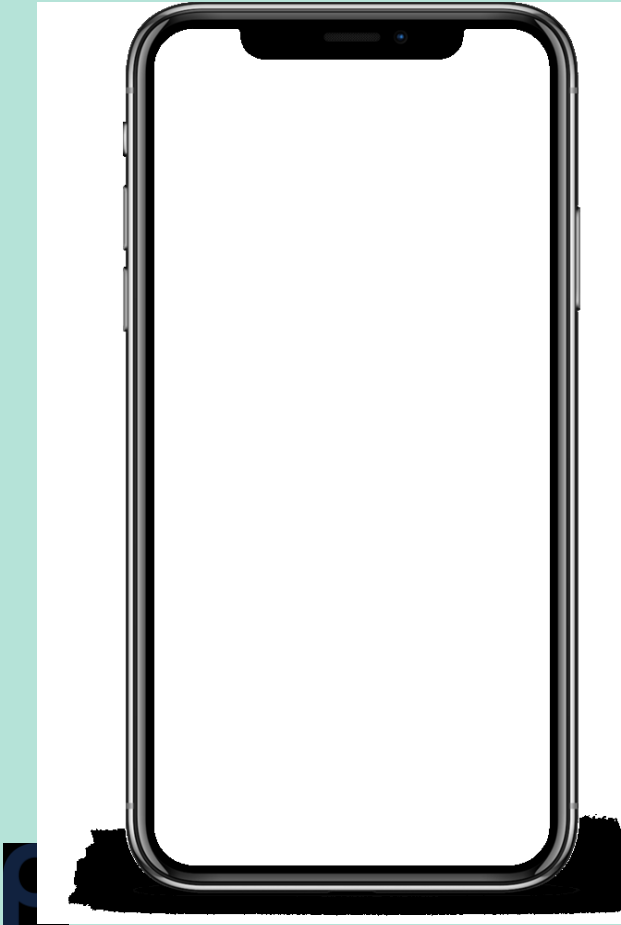








MacBook Pro



# Základní pojmy a metriky

# Základní pojmy - abychom si rozuměli

- Spend/Cena/Investice
- Dosah
- Zobrazení
- Prokliky
- CPC - cena za proklik
- CTR - míra prokliku
- Konverze (Nákup, Lead, Odeslaný e-mail...)
- Cena za konverzi (CPA)
- PNO - Podíl nákladů na obratu
- Akvizice / Remarketing
- Pixel
- Katalog (Feed)



**proficio**

PPC reklama



### **Platba za proklik (PPC)**

Vyznačuje se modelem pay-per-click, kdy se platí až za konkrétní proklik na reklamu.



### **Inzerenti soutěží v aukci**

Tento typ reklamy je typický také formou určení výše nabídky, kdy proti sobě inzerenti soutěží v aukci o lepší umístění na stránce.



### **Inzerce skrze inzertní systémy**

Inzerci nabízí pouze několik firem jako je Google, Amazon, Facebook či Seznam.



### **Pouze online**

Ač je přesah této reklamy v rámci marketingového mixu vysoký. Jedná se pouze o online verzi reklamy.



**YOUR PRICE = THE AD RANK OF THE PERSON BELOW YOU / YOUR QUALITY SCORE + \$0.01**





















	MAX BID	QUALITY SCORE	AD RANK	ACTUAL CPC
ADVERTISER 1	\$2.00	10	20	$16/10 + \$0.01 =$ <b>\$1.61</b>
ADVERTISER 2	\$4.00	4	16	$12/4 + \$0.01 =$ <b>\$3.01</b>
ADVERTISER 3	\$6.00	2	12	$8/2 + \$0.01 =$ <b>\$4.01</b>
ADVERTISER 4	\$8.00	1	8	<b>HIGHEST CPC</b>



# Machine learning

- Optimalizace nabídek kampaní v systému donedávna časově nejnáročnější činnost PPC specialisty.
- Nebylo možné podchytit všechny trendy
- Nyní z větší části bidding na automatických strategiích

Signals considered to drive performance	 Keywords	 Landing pages (as a filter)	 Other Keywords in Ad Group	 Previous searches	 Predicted performance	 User location
Exact, Broad Match Modifier, Phrase						
Broad Match						





### **Efektivita**

Platí se až za proklik na reklamu. Lze optimalizovat dle výkonu.



### **Cílení**

Možnost reklamu přesně zacílit dle klíčových slov či zájmů.



### **Rychlost**

Rychlé nastavení. Kampaně lze spustit i do několika hodin.



### **Málo omezení**

Tvorba reklamy je rychlá a neexistuje omezení v podobě minimální investice.



### **Vyhodnocení**

Lze jasně vyhodnotit, zda se reklama vyplácí a kde je potenciál.



### **Univerzálnost**

PPC reklama je textová, ve formě videa i obsahu. Jde ji využít prakticky kdekoliv.





### **Drahá**

Rok od roku jsou ceny za proklik díky vyšší konkurenci dražší.



### **Know-how**

Je třeba profesionálního specialisty či značného know-how.



### **Riziko**

S velkými rozpočty roste riziko chybovosti. Chyby mohou stát i statisíce.



### **Nikdy nespí**

Reklamy vyžadují pozornost. Stále. O víkendu, svátcích i na dovolené.



### **Ne pro všechny**

Inzerujete zbraně, CBD nebo třeba tvrdý alkohol? PPC reklama má i omezení.



The logo for SKLIK, featuring the word "SKLIK" in a stylized, bold, black font with a red underline under the "S".



Workspace filter Campaign status: All Ad group status: All Add filter

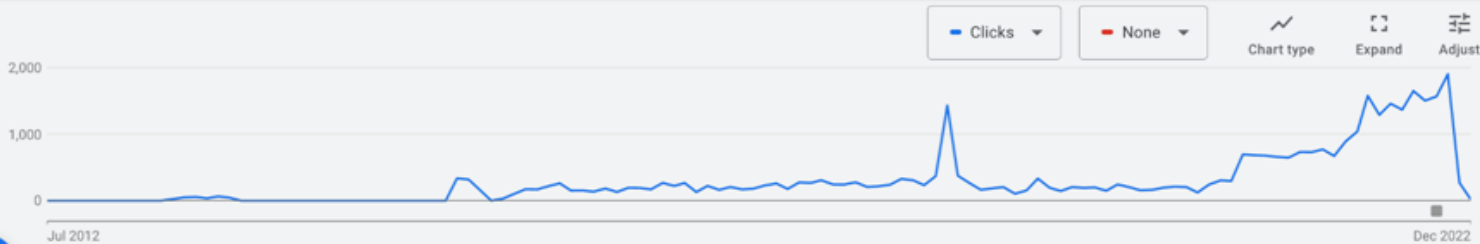


Save

- Overview
- Recommendations
- Insights
- Campaigns
  - Campaigns
  - Auction insights
- Ad groups
- Ads and assets
- Videos
- Landing pages
- Keywords
- Audiences

## Campaigns

All time 13 Jul 2012 - 5 Dec 2022 Show last 30 days



Add filter

Search Segment Columns Reports Download Expand More

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> Campaign	Budget	Status	Optimisation score	Campaign type	Clicks	Impr.	CTR	Avg. CPC
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> [SEA] FB - ...	CZK350.00/day	Some ads limited by policy	90.6%	Search	1,069	23,208	4.61%	CZK40.94
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/> [SEA] PPC - ...	CZK1,100.00/day	Some ads limited by policy	82.9%	Search	632	18,789	3.36%	CZK61.03





4%

## Účet

Únor 2022

Porovnat

Porovnávané období



PNO

0 %

Zobrazení

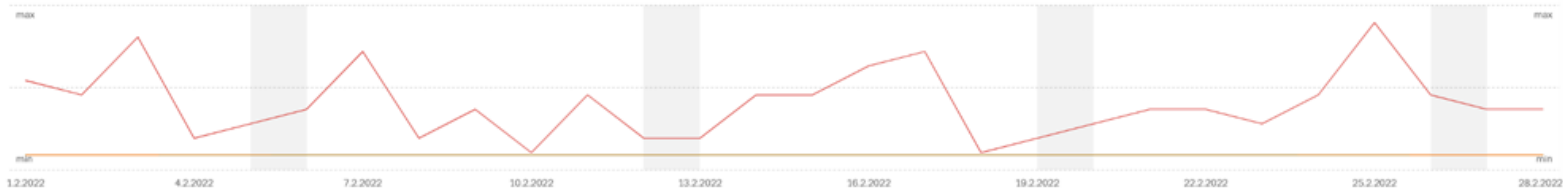
179

Konverze

0

Hodnota konverze

0 Kč



Den

Všechny sítě

Kampaně

Sestavy

Reklamy

Klíčová slova

Umístění

Retargeting

Hledání v názvu



Filtr

Rozdělení dle sítě

Sloupce přehledu

Zobrazit všechny položky

Vytvořit kampaň

Vybrané

<input type="checkbox"/>	Kampaň	<input checked="" type="checkbox"/>	Stav	Rozpočet	Prokliky	Zobrazení	CTR	CPC Ø	Cena	Police Ø	Konverze	Konverzní poměr	Cena konverze	Hodnota konverze	PNO	Podíl zobrazení	Ztracená zobrazení – rozpočet	Kvalita
<input type="checkbox"/>	Bioderma	<input checked="" type="checkbox"/>	Smazaná	800 Kč	0	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
<input type="checkbox"/>	Brand	<input checked="" type="checkbox"/>	Pozastavená	100 Kč	0	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
<input type="checkbox"/>	Brand SK	<input checked="" type="checkbox"/>	Smazaná	300 Kč	0	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-
<input type="checkbox"/>	Elity Sklik	<input checked="" type="checkbox"/>	Pozastavená	300 Kč	0	0	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-





# Meta

Hledejte a filtrujte Minulý měsíc: 1. 4. 2023 až 30. 4. 2023

Kampaně Sady reklam Reklamy

+ Vytvořit Upravit A/B test Pravidla 1-200 z 253 Zobrazit nastavení Sloupce: Vlastní nastavení Rozdělení Reporty

<input type="checkbox"/>	Vyp/zap	kampaň	Výsledek	Dosah	Zobrazení	Četnost	Cena za výsledek	Vydaná částka ↓	Začátek	Konec	Kliknutí na odkaz
<input type="checkbox"/>			Nákup na webu	1 229 060	5 161 783	4,20	— Za nákup	278 210,57 Kč	13. 9. 2021	Nepřetržitě	87 228
<input type="checkbox"/>			Víc konverzí	100 608	1 043 480	10,37	— Víc konverzí	99 778,18 Kč	23. 6. 2020	Nepřetržitě	50 069
<input type="checkbox"/>			Víc konverzí	178 401	502 306	2,82	— Víc konverzí	47 086,70 Kč	2. 7. 2020	Nepřetržitě	15 173
<input type="checkbox"/>			Nákup na webu	74 881	332 920	4,45	— Za nákup	36 092,83 Kč	15. 6. 2022	Nepřetržitě	12 792
<input type="checkbox"/>			144 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	37 768	80 437	2,13	58,33 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	8 398,83 Kč	18. 4. 2023	24. 4. 2023	1 463
<input type="checkbox"/>			190 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	36 672	85 324	2,33	44,20 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	8 398,65 Kč	11. 4. 2023	17. 4. 2023	1 430
<input type="checkbox"/>			134 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	40 384	100 713	2,49	62,68 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	8 398,88 Kč	4. 4. 2023	10. 4. 2023	1 395
<input type="checkbox"/>			89 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	30 288	68 048	2,25	81,24 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	7 230,03 Kč	25. 4. 2023	1. 5. 2023	1 415
<input type="checkbox"/>			17 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	43 816	83 862	1,91	329,36 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	5 599,20 Kč	18. 4. 2023	24. 4. 2023	725
<input type="checkbox"/>			21 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	53 794	115 152	2,14	266,62 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	5 599,09 Kč	11. 4. 2023	17. 4. 2023	737
<input type="checkbox"/>			9 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	46 576	102 083	2,19	622,14 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	5 599,24 Kč	4. 4. 2023	10. 4. 2023	608
<input type="checkbox"/>			36 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	19 636	47 774	2,43	133,96 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	4 822,56 Kč	25. 4. 2023	1. 5. 2023	330
<input type="checkbox"/>			95 <sup>DI</sup> Nákupy na webu	25 184	46 245	1,84	38,87 Kč <sup>DI</sup> Za nákup	3 692,26 Kč	28. 3. 2023	3. 4. 2023	805
<b>Výsledky z 253 kampaní</b>			—	<b>1 423 878</b> Účty v Centru účtů	<b>7 938 297</b> Celkem	<b>5,58</b> Za účet v Centru účtů	—	<b>531 121,12 Kč</b> Celkové výdaje			<b>176 489</b> Celkem



# Tik Tok

TikTok Ads Manager Dashboard

Dashboard Campaign Assets Reporting

English u [mail] [bell] [help]

< 1 / 2 > To further protect the TikTok community in light of these challenging times, advertising on TikTok is currently paused in Russia and Ukraine. OK

▼ Suggestions (2) [Submit feedback](#)

- Streamline your budget with Campaign budget optimization [Create campaign](#)  
Maximize ads performance and get the most out of your budget at campaign level instead of ad group level. [Learn more](#)
- Set up automated rules [Create rule](#)  
Monitor campaigns and make real-time adjustments based on conditions you set. [Learn more](#)

+Filters Search by name or ID 2023-03-01 ~ 2023-05-02 (UTC+01:00) Prague Time

Campaign Ad group Ad

Create Edit Bulk create/Edit Automated rules Default columns 20/page 1

On/...	Name	Status	Budget	Total cost	CPC	CPM	Impressions
		Campaign inactive					
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> PER_AKV_VIDEO - CZ	<span>Inactive</span> Campaign inactive	All	70.22 EUR	0.30 EUR	1.08 EUR	64,765
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> AWA_BRD_VIDEO - CZ	<span>Inactive</span> Campaign inactive	All	209.78 EUR	0.24 EUR	0.50 EUR	420,879
Total of 10 Campaign(s)			-	874.23 EUR	0.30 EUR	0.60 EUR	1,465,836



**proficio**

Kdy PPC reklamu  
využít

## CÍL

## VÝHODY

Podpora prodejů eshopu

Možnost přesně doměřit informace, až na čistou marži produktu

Sbírání kontaktních formulářů

Optimalizace dle relevance sesbíraného formuláře

Přivádění lidí na kamennou prodejnu

Cílení podle toho, zda se pohybují v okolí

Zvýšení povědomí o značce

Videokampaně (bez problému i v TV), obsahové kampaně

Náborové kampaně

Často levnější než externí HR agentury

Stažení aplikace

Kampaně na podporu stažení aplikace v Google Play nebo App Store



# PPC jako tool k expanzi

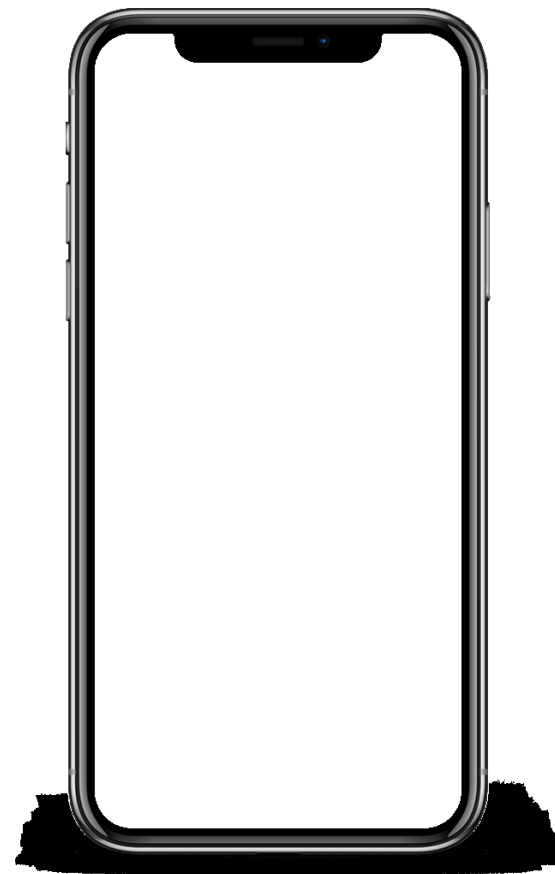
## SANITINO.cz

- Zaměření: Evropský lídr v sanitární technologii
- Spolupráce: S klientem spolupracujeme od roku 2013. Postupně jsme mu pomohli expandovat do 10 zemí (SK, PL, DE, BE, NL, IT, FR, DE, UK, AT). Klientovi poskytujeme celkový vývoj výkonnostních kampaní a SEO.
- Highlight: Stabilní růst a úspěšná expanze.

**41 %**  
meziroční  
růst 20/21

**10**  
úspěšných  
expanzí na  
nové trhy

**10**  
let spolupráce



# PPC, když chcete oslovit masy

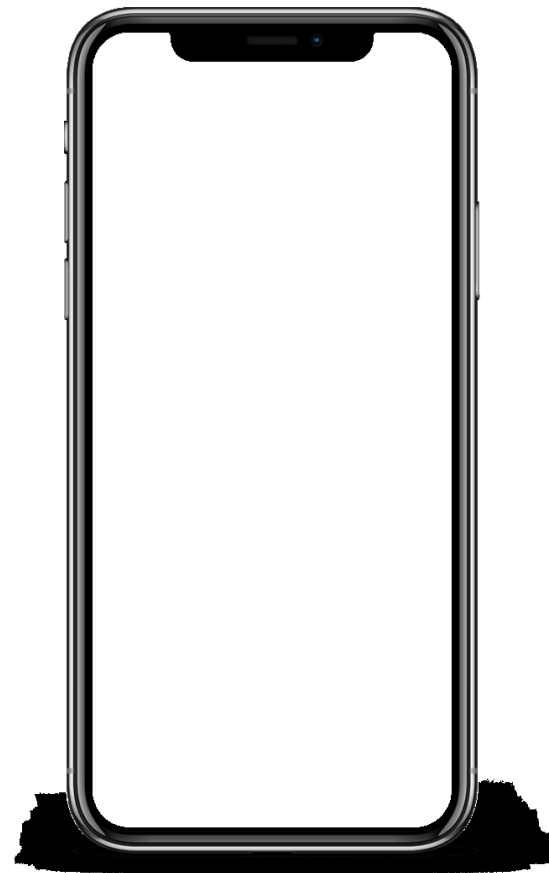
## Showmax.cz

- Zaměření: Streamovací služba v Africe
- Spolupráce: Cílem a úkolem PROFICIA je rozšířit službu a zvýšit její oblibu mezi diváky. Momentálně spravujeme kampaně na trzích Jihoafrické republiky, Nigérie, Ghany a Keni.

**97 %**  
meziroční  
růst  
prodejů

**-67 %**  
V ceně za  
akvizici

**Půl roku**  
Rychlé výsledky





# PPC, když je SEO moc pomalé a konkurence silná

## Košík.cz

- Zaměření: Česká dvojka v online nákupu potravin
- Spolupráce: Spolupracujeme na výkonnostních kampaních napříč celým digitálem. Od brandových kampaní až po reklamy ve vyhledávání a v nákupech.



Google online potraviny

Vše Obrázky Nákupy Mapy Zprávy Více Nástroje

Přibližný počet výsledků: 19 800 000 (0,33 s)

**Sponzorováno**

**kosík.cz**  
https://www.kosik.cz

**Čerstvé a kvalitní potraviny - Doručení už do 3 hodin**  
Pečlivě dbáme na kvalitu dodávaného zboží. V případě nespokojenosti Vám vrátíme peníze. Tašky vám doneseme až ke dveřím. Ulehčete si nakupování **potravin** i drogerie na Košíku.

**200 Kč na váš první nákup**  
Použijte voucher na váš první nákup Slevový kód: DVESTOVKY

**Akční leták Košík.cz**  
Slevy i přes 40 % Vyberte si na Košíku ještě dnes

**Výprodej**  
Všechny akce na jednom místě Ušetřete s námi

**Stáhněte si aplikaci**  
A nakupte na pár kliknutí První nákup s dopravou zdarma

**Sponzorováno**

**Rohlik.cz**  
https://www.rohlik.cz

**Online potraviny - Rohlik.cz - Větší výběr než v supermarketu**  
Nemarměte čas čekáním ve frontách. Nakupte odkudkoliv a my Vám vše přivezeme až ke dveřím.

**tesco.cz**  
https://nakup.itesco.cz/groceries

**Tesco Potraviny: Tesco Groceries - Online food shopping**  
Online food shopping is easy at Tesco. You can also buy homework and earn money-saving Clubcard points. Book a grocery delivery or Click+Collect slot today.

**potravinydomu.cz**  
https://www.potravinydomu.cz

**Potraviny domů, nákup online**  
Potraviny domů, potraviny online, dovoz potravin až do domu. Praha a okolí, doprava zdarma. Čerstvé potraviny včetně masa, pečiva, mléčných výrobků, ...  
Vše co jste se chtěli... - Zvířectvo - Zapomenuté heslo - Dodáme ještě dnes

**kosík.cz**  
https://www.kosik.cz

**Košík.cz - Jednoduše pro všechny**  
Vyfešte nákup z pohodlí domova. Kvalitní a čerstvé potraviny vám doručíme až ke dveřím už od 124 minut po objednání. ... Online nákup z pohodlí domova.  
124,90 Kč

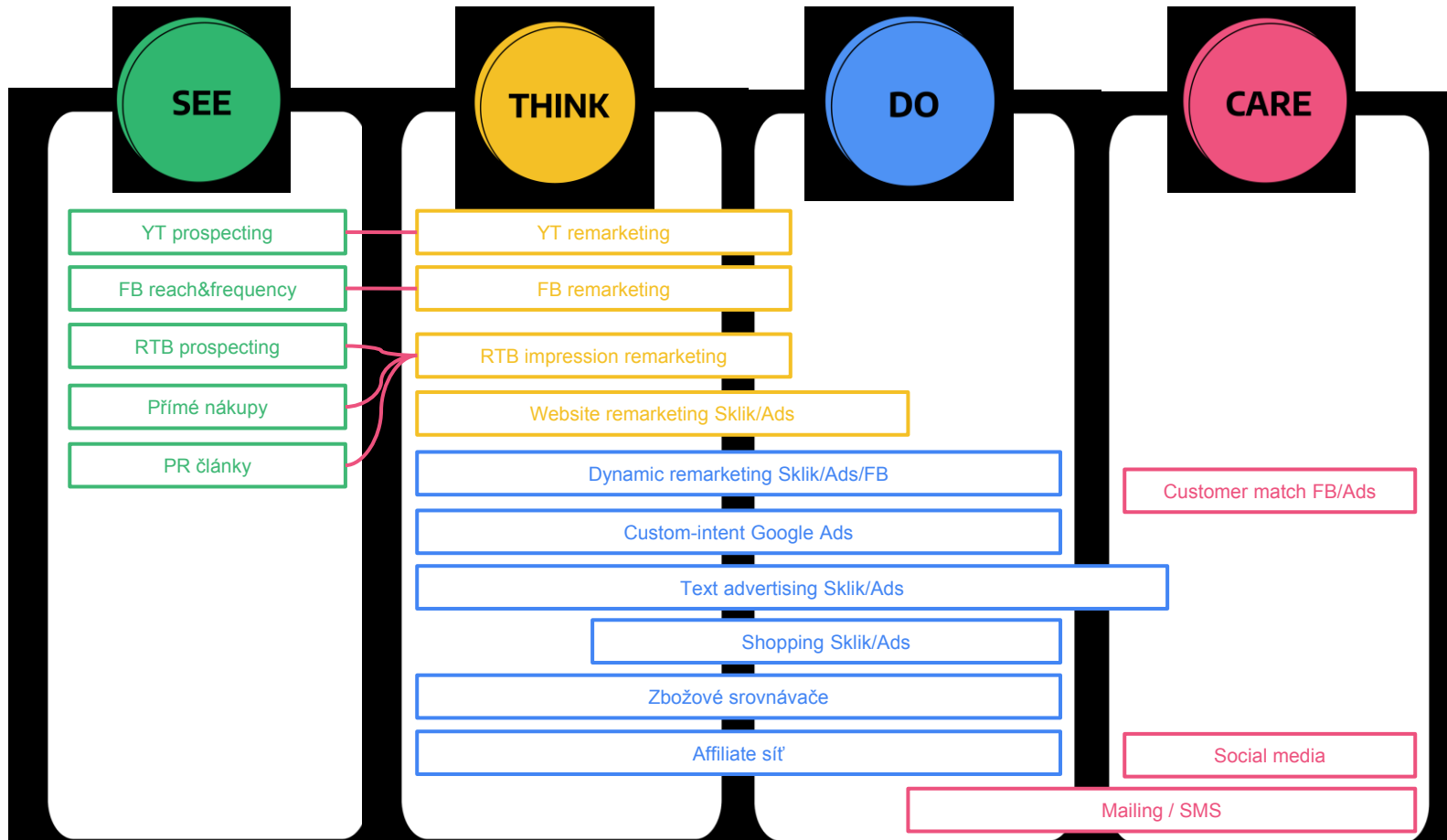
Online reklamace · Můj košík · Akce · Zachraň mě

# Strategie online reklamy

**proficio**

STDC

# Celkový digitální mediální mix



## VYHLEDÁVÁNÍ na maximum

Vyhledávání je zdrojem nejvyšší a nejrelevantnější návštěvnosti. Oslovení uživatelé jsou v pokročilejší fázi nákupního cyklu. Získejte jich maximum.



## REMARKETING promyšleně

Remarketing přivádí zpět lidi, kteří navštívili váš web. Umožňuje je efektivně oslovit podle toho, co si na webu prohlíželi. Udělejte z návštěvníků zákazníky.



## SOCIÁLNÍ SÍŤ zajímavě

Budují komunitu lidí se zájmem o vaši značku a umožňují s nimi efektivně komunikovat. Získejte pozornost a předejte všechny potřebné informace.



## DISPLAY výkonnostně

Zvyšuje zásah a znalost značky v cílové skupině. Oslovte efektivně a přesně vhodná publika přes bannerové a sociální síť.

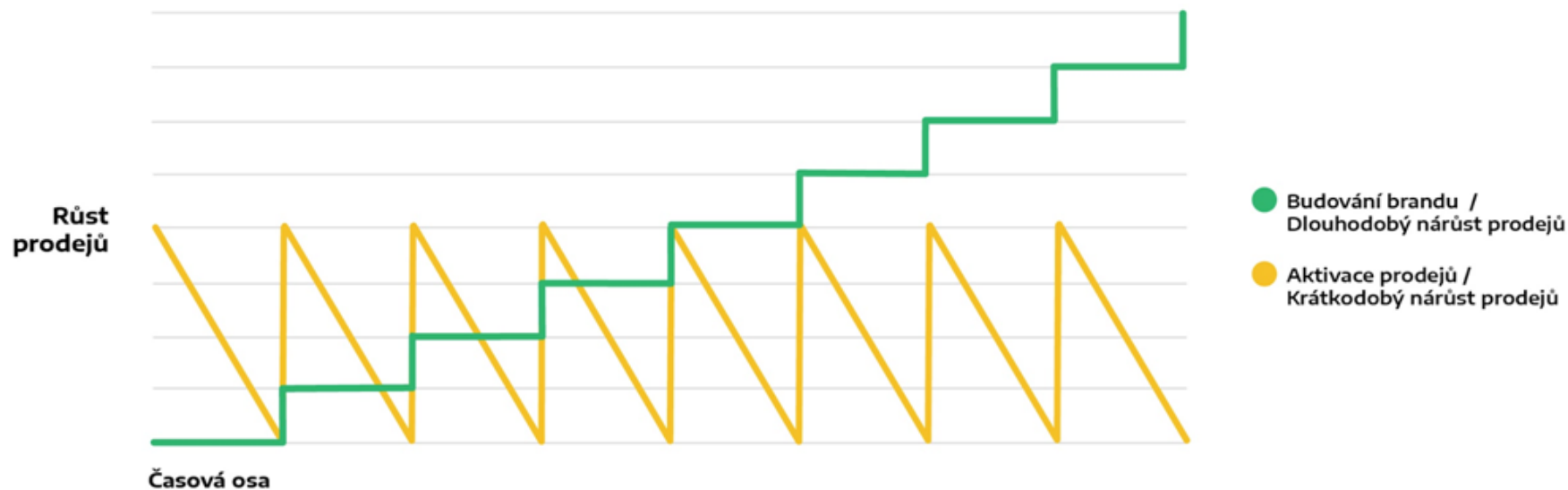


## VÝKONNOST WEBU růstově

Přivedenou návštěvností to nekončí. O počtu zákazníků rozhoduje zkušenost a informace na webu. Odhalte slabá místa webu a zvýšte konverzi.



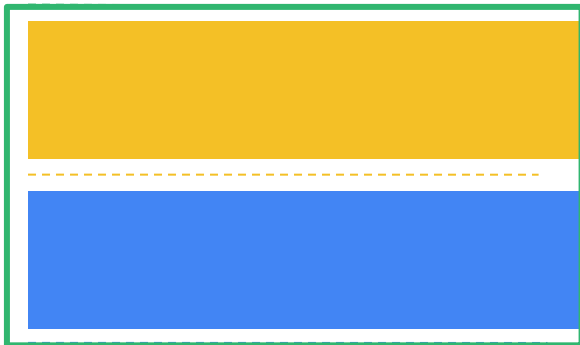
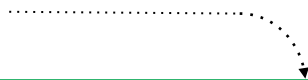
## Aktivace prodejů a budování brandu fungují z hlediska působení v čase rozdílně



**proficio**

Specifika PPC reklamy

# Framework STDC





Víte, jaký je rozdíl mezi  
klíčovým slovem a  
vyhledávacím dotazem?

- Cílíme na základě **klíčových slov**
- **Až 4 reklamy** se zobrazující nad organickými výsledky
- **Nejrelevantnější možnost zacílení** na zákazníka, který hledá konkrétní výraz díky zvolení správných klíčových slov



lehká cyklistická bunda



Reklama · www.klimatex.eu/ 725 442 808

**Lehké cyklistické bundy - Na e-shopu slevy až 50 %**

Cyklistické bundy za super cenu. Chťete kvalitu od prověřené značky? Spojte síly s českým oblečením určeným pro začínající i vrcholové sportovce. Ověřeno zákazníky - 98% Od 1200 Kč doprava zdarma. Funkční materiály. Česká kvalita.

★★★★★ Hodnocení inzerenta klimatex.eu: 4,9 - 2 437 recenzí

📍 Cimburkova 4 - Provozní doba a služby se mohou lišit

Klimatex MŮŽ ZENY DĚTI DOPLÁKY BIKE RUN OUTLET

Klimatex > Bike > Cyklistické oblečení

Cyklistické bundy, bundy na kolo

PRO KOGO

- ☑️ all
- ☑️ muž
- ☑️ ženy

BARVA

VELKOST

oblíbení

- ☑️ XS
- ☑️ S
- ☑️ M
- ☑️ L

Produkt	Sleva	Cena
Bunda StormPro DASCALU	-14%	2 209 Kč 2 750 Kč
Cyklistická bunda Tahmen		899 Kč
Dámská bunda StormLight LIA	-20%	1 999 Kč 2 499 Kč
Pánská bunda StormLight BYRON	-20%	1 999 Kč 2 499 Kč
Pánská cyklovesta ALTO		799 Kč



## Návrh klíčových slov

internetová televize

Vyhledávací dotaz	Hledanost	Roční trend	Konkurence	Cena
<input type="button" value="−"/> internetová televize	992			12,94 Kč
<input type="button" value="−"/> internetová televize zdarma	164			9,10 Kč
<input type="button" value="−"/> televize přes internet	163			12,99 Kč
internetová televize skylink	95			4,66 Kč
<input type="button" value="−"/> internetové televize	83			13,48 Kč
dvů internetová televize	83			3,64 Kč
internetová televize x tv	70			6,31 Kč
<input type="button" value="−"/> internetova televize	60			12,55 Kč
o2 televize a internet	60			4,49 Kč

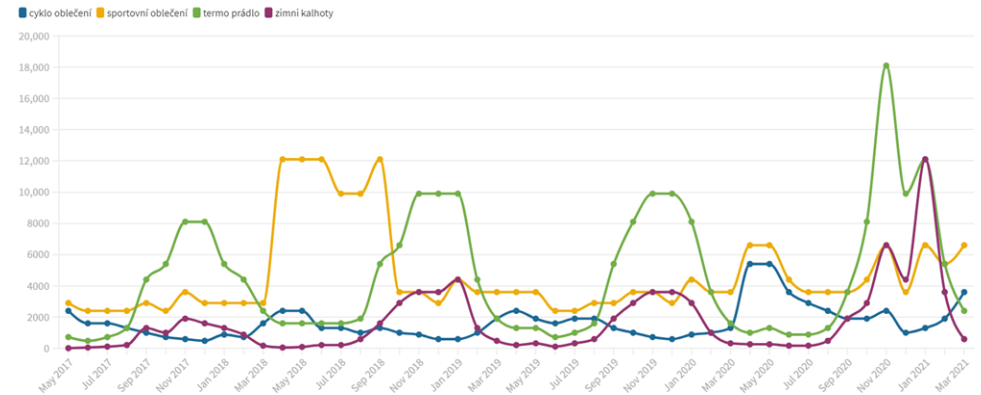
### Vybraná klíčová slova

cinemax  
cnn prima tv news živě  
co je iptv  
co je iptv televize  
czech iptv  
česká televize online zdarma  
internetová televize  
internetová televize zdarma  
televize přes internet  
internetové televize  
internetova televize  
sledování televize přes internet zdarma  
televize přes internet zdarma



# Data = informace

- Zjistíme, **co lidi vyhledávají**  
**a v jakém objemu**
- Jaký je **trend a sezónost**
- Odhad, **kolik** nás inzerce bude stát



< > Try including more keywords in your headlines



Ad strength ⓘ  
Poor

- Add more headlines [View ideas](#)
- Include popular keywords in your headlines [View ideas](#)
- Make your headlines more unique [View ideas](#)
- Make your descriptions more unique [View ideas](#)

Headline

0 / 30

+ [Headline](#)

Descriptions 2/4 ⓘ [View ideas](#)

Plánujete stavbu domu? Nechte to na nás. Zpracujeme vám nejvýhodnější nabídku zdarma!

Required 85 / 90

Nabízíme kvalitní stavební materiál na hrubou stavbu domu. Kontaktujte nás.

Required 75 / 90

+ [Description](#)

Images ⓘ

Add images



+12

[Edit](#)

Sitelinks ⓘ

Add four or more to maximise performance

Stavební nářadí Ytong, Stavební pracovní postupy, Schodišťové stupně and 13 more

[Edit](#)

Preview

< > 📄 📱 📺 Highlight ad

Ad · www.xella.cz/stavba-domu/kaikulace

**Stavba rodinného domu | Stavte chytrě s Ytongem | Ytong, značka s tradicí**

Plánujete stavbu domu? Nechte to na nás. Zpracujeme vám nejvýhodnější nabídku zdarma! Nabízíme kvalitní stavební materiál na hrubou stavbu domu. Kontaktujte nás. Nemusíte zateplovat. Pro domy budoucí generace...

[Stavební nářadí Ytong](#)

[Stavební pracovní postupy](#)

[Schodišťové stupně](#)

[Obezdivky](#)

📍 2.9 mi · Hrušovany u Brna · Vodní 550

📞 Call 800 828 828

This preview shows potential ads assembled using your assets. Not all combinations are shown. Assets can be shown in any order, so make sure that they make sense individually or in combination, and don't violate our policies or local law. Some shortening may also occur in some formats. You can make sure certain text appears in your ad. [Learn more](#)



# Důležitost vstupů

## Sponzorováno



### Pojištění | Povinné ručení - Garantujeme vám nejnižší cenu

S výhodnými balíčky povinného ručení a havarijního **pojištění** ušetříte až 10 000 Kč / rok. Neradi přecházíte jinam? Pomůžeme vám získat lepší nabídku i od vaší současné...

#### Spočítejte si cenu online

Kalkulačka povinného ručení je tu pro vás. Výsledek máte do 2 minut.

#### Ceník povinného ručení

Ceny dle jednotlivých krajů a objemu motoru vozidla.

#### Pojištění pro dům a byt

Online pojištění domu nebo bytu Sjednejte si pojistku za pár chvil

#### Uplatněte váš bonus

Užitečné rady k doložení bonusu a jeho uplatnění na Srovnejto.cz.

# VS

## Sponzorováno



### Cestovní pojištění online - Sleva až 50% | Top-Pojištění.cz

Srovnajte různá cestovní **pojištění** a zvolte to nejlepší za nejnižší cenu. Rychlé a levné...



Rozšíření o  
popisky,  
strukturované  
úryvky

Reklama · <https://www.planeo.cz/> ▾

### Xiaomi Redmi Note 9 - Se slevou 20 %

Android 10, MIUI, paměť uživatelská 128GB, paměť RAM 4GB, úhlopříčka displeje 6,53" Každý týden nové akce, doprava zdarma do 30 km. 94 výdejen. Vyzvedněte nákup do hodiny. Ihned k odeslání. Vše skladem. Skvělé ceny. Možnosti splátek. Doprava zdarma.

[Prodejny Planeo.cz](#) · [Aktuální leták](#) · [Novinky](#)

📍 Jičín · 12 míst v okolí

Rozšíření o podstránky

Rozšíření o  
lokality

Reklama · <https://www.o2.cz/> ▾ 800 020 202

### Xiaomi Redmi Note 9 - Sleva 1 080 Kč při zadání kódu

Nový telefon **Xiaomi Redmi Note 9** teď navíc se slevou 1 080 Kč. Stačí zadat kód MIFAN.

Objednávejte na O2 a do 2 pracovních dnů je u Vás! Dopravu máte zdarma.

★★★★★ Rating for o2.cz: 4,5 - 5 776 reviews

Rozšíření o  
volání

Zvýraznění  
KWS

Rozšíření o  
hodnocení



**proficio**

Shopping



lednice

All Images Shopping Maps News More

Tools

About 9,890,000 results (0.51 seconds)

Ads · Shop lednice



Kombinovaná lednice s mrazákem dole Beko...

CZK 7,790

OKAY.cz

★★★★★ (140)

By Google

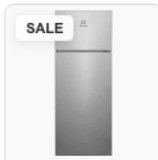


Chladnička s mrazničkou Goddess RCE0142GX9...

CZK 7,990 8,...

Datart.cz

By Productca...



Electrolux volně stojící kombinovaná chladnička...

CZK 6,689 7,...

MALL.cz

By Heureka



COMFEE RCB232DX1 Lednice

CZK 5,999 6,...

Alza.cz

By Klarna

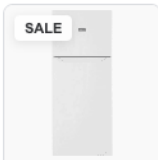


Chladnička s mrazničkou Gorenje Superior...

CZK 14,990...

Datart.cz

By Productca...



Kombinovaná chladnička Zanussi ZTAN14FW0,90/...

CZK 5,391 5,...

OKAY.cz

★★★★★ (32)

By Google



```

<item>
<title>Sigma Fezačka dlaždic série 3 max, 127 cm</title>
<g:id>390362</g:id>
<g:description>Profesionální a praktická ruční fezačka značky SIGMA ze Série 3 MAX, která splňuje nejaktuálnější technické nároky a zároveň
ní je jednoduchá a rychlá. Je určena pro použití na keramickou dlažbu a gres. Tělo nástroje je vyrobeno z extrudovaného hliníku, který pom
tuhosti, avšak i lehkosti. Pro fezáni rozměrnějších dlaždic slouží boční prodloužení. Je zde nastavitelná lišta pro fezy na úhlopříčce, a
-45°do 0° až po +45°, s možností odčítání v centimetrech i v palcích. Díky ergonomické lámací noze lze dosáhnout snadnějšího fezáni dlaždic
jakémkoliv bodě, přirozeně bez škrábanců. Technické údaje: Tloušťka fezaného materiálu: 0-19 mm Délka fezu: 127,4 cm Max. velikost dlažby |
Lámací síla: 1200 kg Hmotnost: 21,1 kg Rozměry balení: 164x46x22 cm Hmotnost balení: 22,7 kg</g:description>
<link>https://www.acara.cz/sigma-rezacka-dlazdic-serie-3-max-127-cm-p390362/?
utm_source=Google+nákupytum_medium=ppcsutm_campaign=SIGMA+Fezačka+dlaždic+SÉRIE+3+MAX,+127+cm</link>
<g:image_link>https://cdn.acara.cz/images/0/22c0d33cee871657/100/sigma-rezacka-dlazdic-serie-3-max-127-cm.jpg</g:image_link>
<g:availability>in stock</g:availability>
<g:price>19602 CZK</g:price>
<g:condition>new</g:condition>
<g:product_type>Nářadí a příslušenství > Řezačky na dlažbu Sigma > Řezačky na dlažbu</g:product_type>
<g:adwords_grouping>Řezačky na dlažbu</g:adwords_grouping>
<g:gtin>8033675804392</g:gtin>
<g:google_product_category>2726</g:google_product_category>
<g:custom_label_2>externí sklad</g:custom_label_2>
</g:shipping>
<g:service>Kurýrem</g:service>
<g:country>CZ</g:country>
<g:price>242 CZK</g:price>
</g:shipping>
</item>

```



Doplnkový feed | BeautyOnline.cz ☆ 📄 🔄

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help Last edit was on 9 July 2021

	A	B	C	D	E
38	ID	Title			
1		7440	Framesi Morphosis COOL BLONDE šampon neutralizuje žluté tóny pro studené odstíny blond   250 ml		
2					
3					
4					



**proficio**

Reklama v  
obsahové síti

SEE



CARE



# Framework STDC



APART.cz

ŠPERKY A HODINKY



Okouzlete vánočními

*dárky*

DÁRKY PRO KAŽDÉHO →



# Důležitost vstupů

**BÍLÁ SLEPIČKA  
BÍLÁ VAJÍČKA**

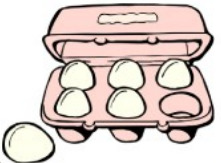
Lohmanka



SLEPIČAR.cz

=

vajíčka



**VYBRAT SI** >

VS

CineStar

**LEVNÁ  
NEDĚLE**  
již od  
**60 Kč**  
23. DUBNA



VÍCE INFORMACÍ



1 319 Kč  
-50 %



**DOPRAVA ZDARMA >**

Povinné ručení? Ušetřete až 9000 Kč

**ePojisteni.cz**

**ZDARMA**  
k povinnému ručení  
PHELUPOJISTĚNÍ  
POJISTĚNÍ  
DOPRAVNÍCH  
POKUT

85%  
klientů  
ušetřil



Srovnání nabídek pojišťoven online do 2 minut!

Spočítejte si svou isporu >

Válenda NEPTUN

od ~~5.500,-~~  
od **3.930,-**



**KETYBAN.CZ**

**“ZDVOJNÁSOBILA  
JSEM SVŮJ ZISK”**

**WEBOVÉ STRÁNKY**  
Jednoduše a Rychle

**DOBŘÁ  
DOMĚNA**

**JIŽ ZA  
269 Kč**



Marie, kadeřnice, 31 let

**WEBHNED**







**2x VÍCE**  
**INTERNETU**  
**ZA AKČNÍ CENU**

Chci slevu >



**AŽ 150**  
**TV PROGRAMŮ**  
**K UPC INTERNETU**

Zjistit více >

UPC TV od  
**150 Kč**



A promotional banner for UPC. The top part features the text '2x VÍCE INTERNETU ZA AKČNÍ CENU' and a yellow button 'Chci slevu >'. The background shows a skateboarder. The bottom part features the text 'AŽ 150 TV PROGRAMŮ K UPC INTERNETU' and a yellow button 'Zjistit více >'. A red circle on the left says 'UPC TV od 150 Kč'. Two UPC logos are present.

Už jste připraveni  
začít stavět chytře?



Chci nabídku →

**YTONG**



An advertisement for YTONG. The top text asks 'Už jste připraveni začít stavět chytře?'. The central image shows a model of a house on a pallet wrapped in yellow plastic with 'YTONG' printed on it. A black button at the bottom left says 'Chci nabídku →' and the YTONG logo is in a yellow box at the bottom right.

Reklama

**PNEUBOSS.CZ**

CONTINENTAL  
WinterContact  
TS860

cena od  
**1311 Kč**



Chci nabídku →

**Continental**

An advertisement for Continental tires. The top text says 'PNEUBOSS.CZ' with a small logo. Below it, 'CONTINENTAL WinterContact TS860' is written. A yellow box contains 'cena od 1311 Kč'. The background features a man in a suit and a Continental tire. A black button at the bottom left says 'Chci nabídku →' and the Continental logo is at the bottom right.

**proficio**

Sociální sítě

Kdo si myslí že Facebook už je  
“mrtvý”?

# ČEŠTÍ UŽIVATELE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

ZÁŘÍ 2023



## POČET UŽIVATELŮ



## DLE ZÁJMU



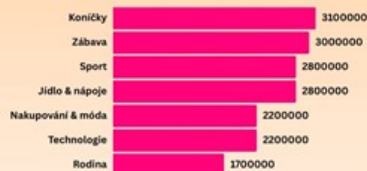
## DLE VĚKU



## POČET UŽIVATELŮ



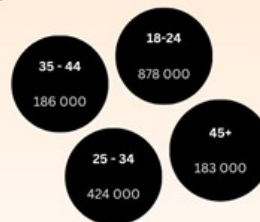
## DLE ZÁJMU



## DLE VĚKU



## POČET UŽIVATELŮ



## POČET UŽIVATELŮ



**proficio**

Možnosti cílení

SEE



CARE



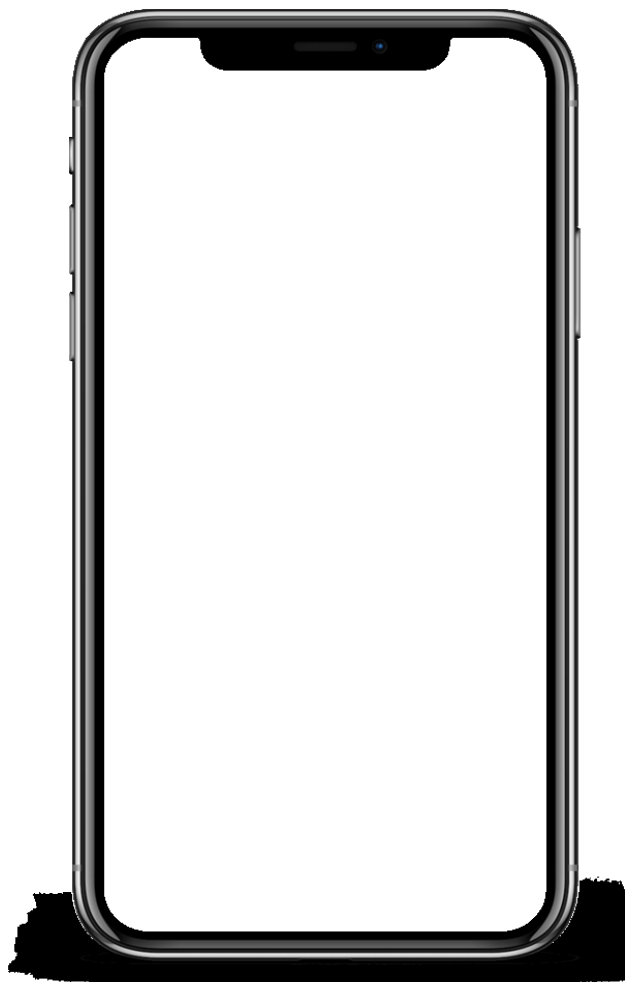
# Framework STDC



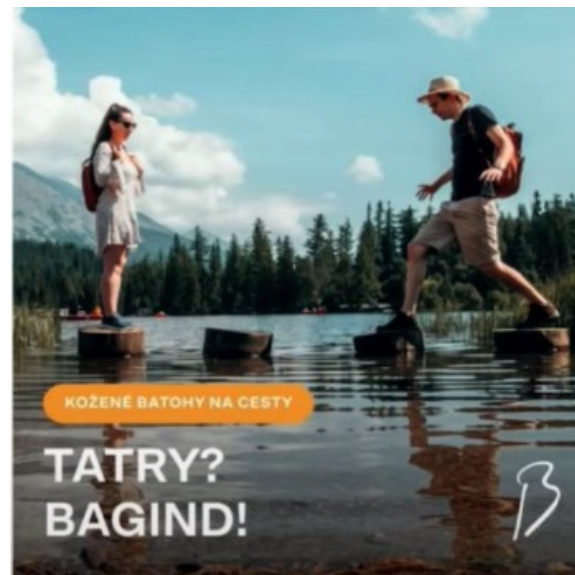
**proficio**

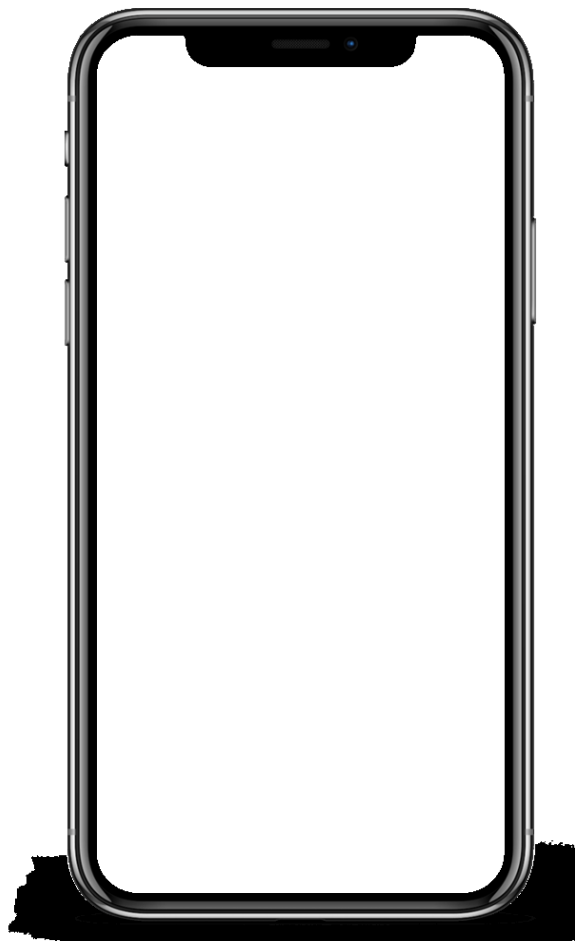
Práce s kreativou v  
Socmed





- Jasně rozpoznatelný produkt nebo myšlenka
- Zpracování grafiky (kvalita fotky)
- Zvolený prodejní argument / nabídka / claim
- Jednoduchý strukturovaný text





**NEVA®**



**Verkaufen Sie qualitativ  
hochwertige Raffstoren  
aus Tschechien**

**mehr erfahren**



**Verkaufen  
Sie qualitativ  
hochwertige  
Raffstoren  
aus Tschechien**



**mehr erfahren**



Hledejte na Facebooku

Damián Sosna

Přátelé

Vzpomínky

Události

Meta Business Suite

Skupiny  
9 nových

Zobrazit další

Vaši zástupci

Best of Travel Free Český Těšín

Kuchařské potřeby

Kuchařské potřeby BGA10

Oktáva

TINDER HUNTING PRO

Zobrazit další



To se mi líbí

Okomentovat

Sdílet



NEVA.eu  
Sponzorováno (demo)

Raffstoren von NEVA verschatten Fenster in Frankreich, Norwegen und Japan. Wie wäre es, wenn auch Sie in ihren Verkauf einsteigen?

Zobrazit překlad



Verkaufen Sie qualitativ hochwertige Raffstoren aus Tschechien

mehr erfahren

NEVA.EU  
Verkaufen Sie Top Raffstoren  
www.neva.eu

Další informace

4

1 komentář

Damián



Sponzorováno



Nová výzva čeká  
cz.coca-colahellenic.com



Vyhrajte herní konzoli se zásilkami FedEx a TNT!  
fedex.com/soutez

Vaše stránky

Brigitte Fashion

2 Zprávy

20+ Upozornění

Vytvořit propagaci

Narozeniny

Veronika Tomíčková a Sarah Fröhlichová dneska mají narozeniny.

Kontakty

David Adámek

Jan Bohucki

Šimon Szkutek

Barča Gajdová

Denis Ferenc

Jirka Tomeček





Hledejte na Facebooku



Damián Sosna



Přátelé



Vzpomínky



Události



Meta Business Suite



Skupiny  
9 nových



Zobrazit další

Vaši zástupci



Best of Travel Free Český Těšín



Kuchařské potřeby



Kuchařské potřeby BGA10



Oktáva



TINDER HUNTING PRO



Zobrazit další



NEVA.eu

Sponzorováno (demo) ·

Raffstoren von NEVA verschatten Fenster in Frankreich, Norwegen und Japan. Wie wäre es, wenn auch Sie in ihren Verkauf einsteigen?

Zobrazit překlad



NEVA.EU

Verkaufen Sie Top Raffstoren

www.neva.eu

Další informace

18

3 sdílení

To se mi líbí

Okomentovat

Sdílet



Sponzorováno



Nová výzva čeká  
cz.coca-colaheleic.com



alpineprincessclothing.com

Vaše stránky

Brigitte Fashion

2 Zprávy

20+ Upozornění

Vytvořit propagaci

Narozeniny

Veronika Tomičková a Sarah Fröhlichová dneska mají narozeniny.

Kontakty

Jan Bohucki

Šimon Szkutek

Barča Gajdová

Denis Ferenc

Ben Andrysek





**CTR: 0,6 % / CPC: 34,43 Kč**  
**CTR: 1,01 % / CPC: 22,67 Kč**

**NEVA®**



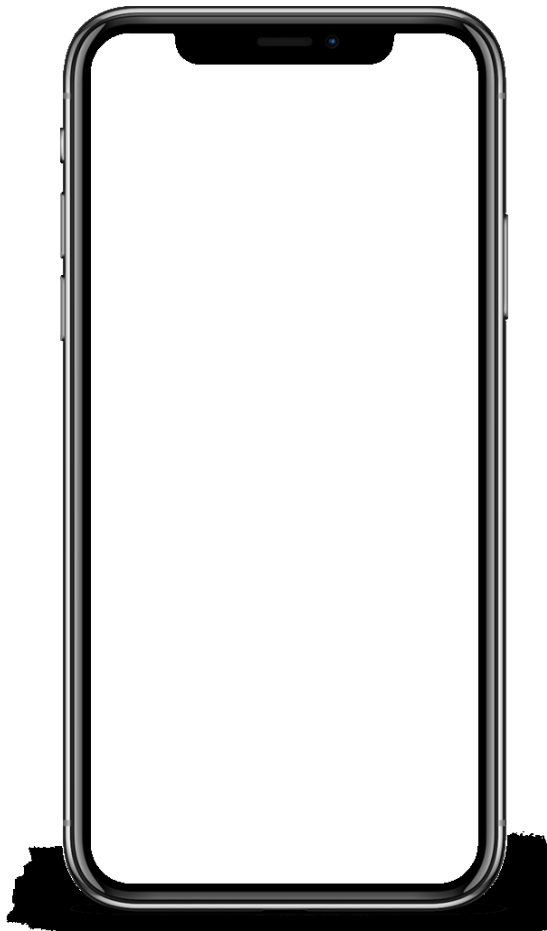
Verkaufen Sie qualitativ  
hochwertige Raffstoren  
aus Tschechien

[mehr erfahren](#)

Verkaufen  
Sie qualitativ  
hochwertige  
Raffstoren  
aus Tschechien

[mehr erfahren](#)





Rieker-eshop.cz

Zveřejněno Proficio Marketing · 3. března 2021 ·



Naše nabídka rozkvetla o novou kolekci. Udělejte si radost Riekerkami a projděte se jarem v pohodlí. Ulovte svoje vysněné na [www.rieker-eshop.cz](http://www.rieker-eshop.cz)



**NOVÁ  
KOLEKCE  
JARO 21**

RIEKER-ESHOP.CZ

**Objevte trendy jara | Rieker-eshop.cz**

Největší nabídka obuvi rieker v ČR

Koupit



**BAZAROVÉ REGÁLY.CZ** Bazarové Regály.cz Sponzorováno

Potřebujete přehledně uložit zahradní náčiní nebo chcete mít úhledně vyskládané kompoty a marmelády z letošní sezóny? 🍓



**Obstarejte si regál!**

bazaroveregaly.cz  
**Vyberte si regál z naší nabídky nových regálů za bazarové...** **Koupit**

**BAZAROVÉ REGÁLY.CZ** Bazarové Regály.cz Sponzorováno

Potřebujete přehledně uložit zahradní náčiní nebo chcete mít úhledně vyskládané kompoty a marmelády z letošní sezóny? 🍓

**OBSTAREJTE SI  
REGÁL**



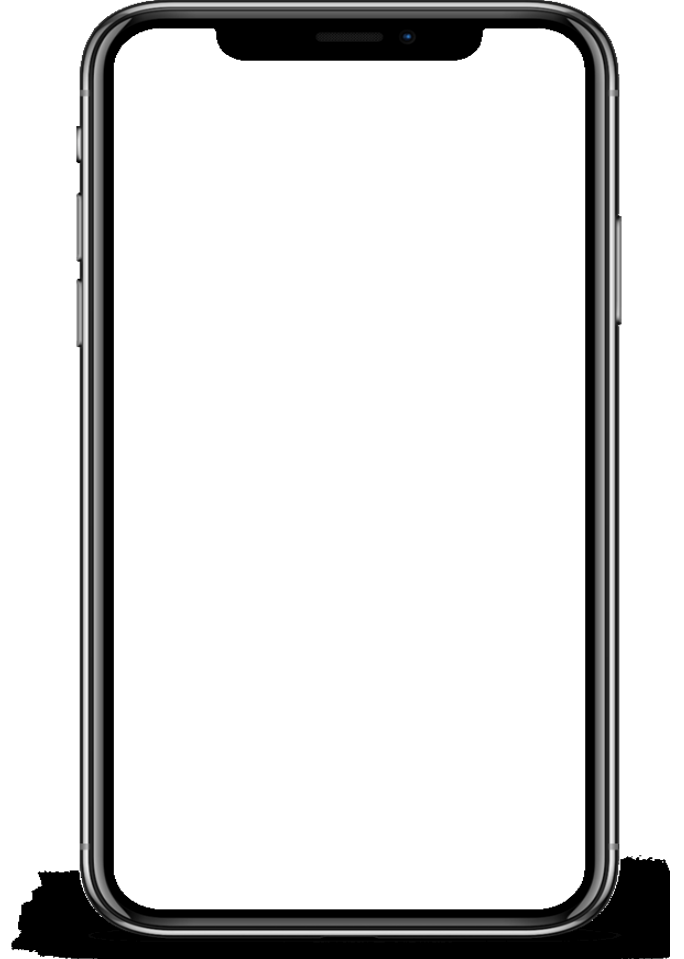
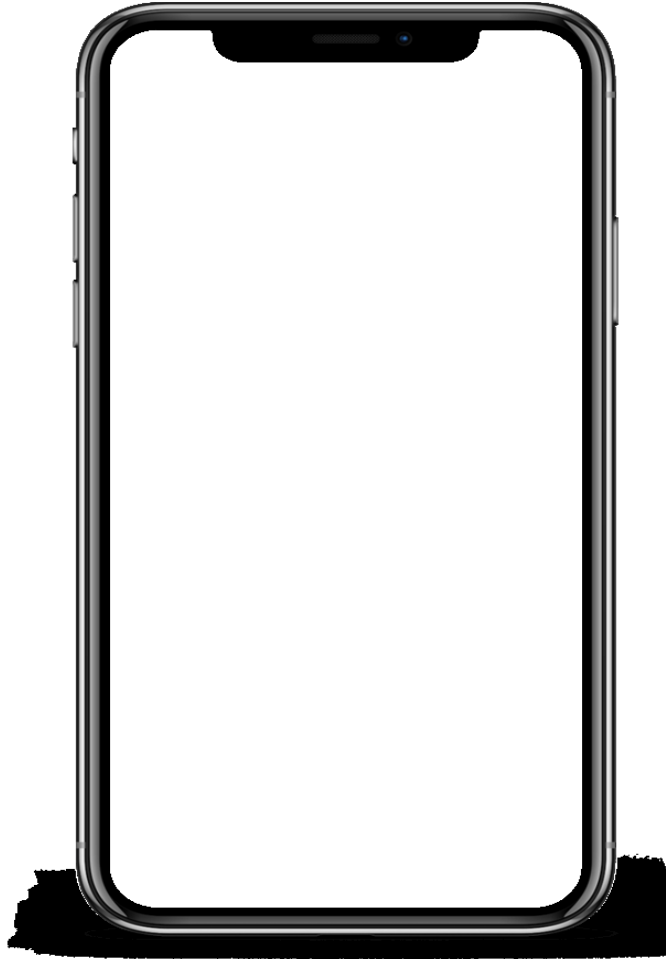
**BAZAROVÉ REGÁLY.CZ**

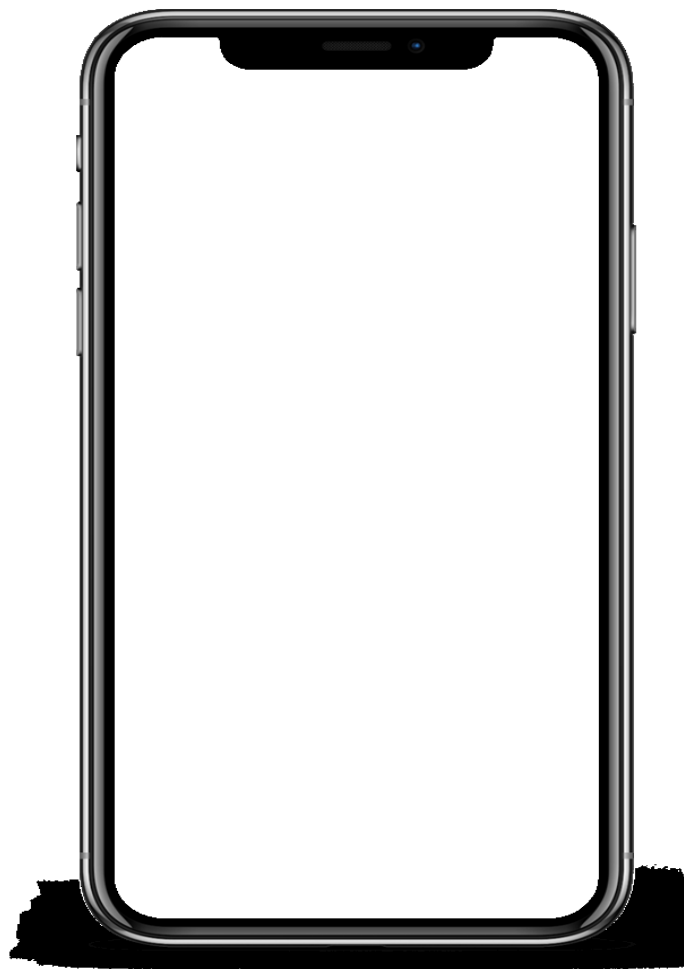
bazaroveregaly.cz  
**Vyberte si regál z naší nabídky nových regálů za bazarové...** **Koupit**



**proficio**

TikTok/Reels Video





# Tik Tok / Reels video

- Video musí být celkově přirozené
- Přirozený člověk, přirozené mluvené slovo - ne dabér nebo herec
- Titulky - hlavně u reels
- První 2 sekundy nejdůležitější - musí být háček (hook) zvědavost
- Nejlépe kolem 15 sekund
- Dynamické, rychlé, hodně střihu
- Trendy a trendy zvuky
- Kombo s Influencerem

# Vyhodnocení

Přijdu do baru protože mi Pepa mi řekl, že tam bude Hanka.

Hanka



V baru ale potkám Kubu a ten mi ukáže Anetku, s kterou si jdeme povídat.

Já



Anetka



Anetka mě ale představí Jarmile, která je její kámoška. S Jarmilou začneme chodit a jsme spolu až do smrti - Šťastný, 4 děti a 2 psi - Fantázia

Já



Jarmilka

# Komu vděčím za můj šťastný život?

- **Pepa / Hanka / Kubo / Anetka ?**
- **REAL CASE**
  1. Den. - **Facebook** mi ukázal reklamu na super mikinu, zaujala mě ale nic neudělám.
  2. Den - Hledám sportovní mikiny na Googlu, prokliknu na eshop který jsem viděl včera
  3. Den - Čtu něco na seznam.cz a tam se mi zobrazí remarketingová kampaň. Kliknem a nakoupím

# Tvorba online kampaně.

Kampaň! 😊



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

**OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ**

**Ing. Michal Stoklasa, Ph.D.**

**Ing. Daniel Kvíčala**

E-marketing



- **1 Co je to kampaň – struktura, účely, nástroje.**
  - **2 KPI.**
  - **3 Příklad kampaně – MotoZem.**
-

# 1 Co to je kampaň?

---

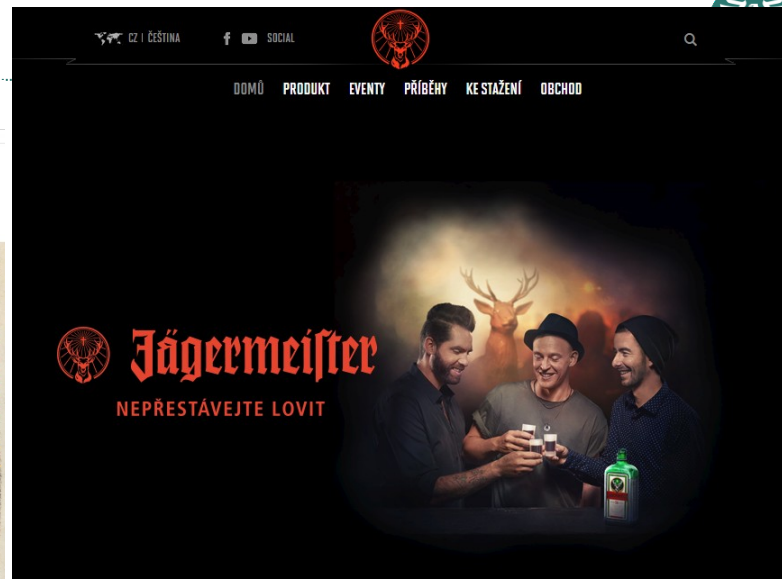


SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

- **Komunikační aktivita** za účelem splnění cíle (např. zvýšení tržeb, uvedení výrobku na trh, zvýšení počtu věrných zákazníků).
  - **Předání zprávy (sdělení) zákazníkům** pomocí obsahu na vybraných kanálech (Facebook, Google, E-mailing, případně kombinace více kanálů).
  - Může se vztahovat k příležitosti - Vánoce, Halloween, Black Friday.
-

# Integrovaná marketingová komunikace

- **IMC – offline i online, integrace, synergie, vidím všude.**



8/11/2017 – 20.00  
Areál Pivovaru Braník  
ENTRY 56 CZK + WELCOME DRINK



entáře (115) · 96 sdíle



# Příklad kampaně



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**kofola**  
**LÁSKYPLNÝ  
PÁTEČEK**

**KDYŽ  
JI MILUJEŠ,  
NENÍ CO  
ŘEŠIT**

**WWW.LASKYPLNY  
PATECEK.CZ**

The advertisement features a man and a woman in a romantic embrace. The man is holding a large mug of Kofola beer. The background is a warm, orange-brown color. The text is in a mix of white and brown fonts, with some words in a cursive script.



# Důležitý checklist a postup procesu

---



- **Marketingové strategie**
    - Mám vyřešeno co, komu a proč prodávám.
  - **Komunikační strategie**
    - Vím, co chci říct a jakou očekávám reakci.
  - **Kreativní strategie**
    - Vím, jak upoutám pozornost a tím snížím náklady.
  - **Mediální plánování**
    - Vím, kde mu to budu říkat a jak dlouho.
-



- Uvedení nového produktu na trh
  - Uvedení nové značky na trh
  - Podpora prodeje
  - Rozšiřování povědomí o stávající značce
  - Vytváření asociací se stávající značkou - červená židle = XXXLutz
  - Repositioning
  - Rebranding
-

- Cíle – vyplývá z: celková strategie – komunikační strategie – celkové nastavení všech dalších kampaní.
  - Cílové skupiny – opět ze strategií, máme data – viz předchozí přednášky.
  - Analýzy, rozpočtová omezení, čas, média, tonalita, archetypy atd.
  - Volba vhodných médií ve vztahu k výše řešenému – tady volíme jednotlivé online nástroje a jejich kombinaci pro co nejvyšší efekt.
  - Implementace, kde kdo co měří a za co je zodpovědný.
  - Neustálé vyhodnocování a úpravy.
-

# Základní pilíře kampaně 5M

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Mission** – Cíl. Cílovky.
  - **Money** – Rozpočet (např. podle ŽC, podílu, konkurenci, frekvenci).
  - **Message** – Zpráva. Kreativita (info/emoce). Fáze STDC?
  - **Media** – Média – která podle cílovky, cíle, zprávy, STDC.
  - **Measurement** – Měření. KPI (CTR, CPC, CPM, dosah, bounce rate, views apod.).
-

# Rebranding



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



Old



New

Before



After



- 1) **Web** - zkontrolovat dokončení nákupu, sledovací kódy (Facebook pixel, Google Ads a Sklik remarketing, Google Analytics)
  - 2) **Google Analytics** - zkontrolovat sběr dat
  - 3) **Facebook a Instagram** - vytvoření stránky a reklamního účtu, doplnění informací, nastavení Facebook pixelu, tvorba publik
  - 4) **Google Ads, Sklik** - vytvoření účtů, kódů a publik jako u FB / IG
  - 5) **Kontrola konkurence** - FB kampaně
  - 6) **Obsah** - foto, video, bannery, články
  - 7) **Emailing** - tematické newslettery, možnost segmentace, automatizace (český nástroj Ecomail - dobrá zkušenost)
-

## 2 KPI

---



- Klíčové ukazatele výkonnosti KPI jsou indikátory, ukazatele či metriky výkonnosti přiřazené procesu, službě, organizačnímu útvaru, celé organizaci, které vyjadřují požadovanou výkonnost (kvalitu, efektivnost nebo hospodárnost)
  - KPI je tedy jednoduše metrika, která se váže na cíl.
  - Příklad:
    - Cíl je prodej 10 000ks aplikace za měsíc
    - V polovině měsíce je prodáno 3500ks
    - KPI je plněno na 35%
    - Co nám tato situace indikuje pro marketingové řízení?
-

- **CTR**
  - Click through rate.
  - Míra proklikovosti, je základní metrika pro měření úspěšnosti online reklamy.
  - Výpočet bere do úvahy počet zobrazení a počet kliknutí:
    - $CTR = (\text{číslo kliků} / \text{číslo zobrazení}) * 100$
    - $CTR = (100/10000) * 100 = 1 \%$
-



- **CPC**
  - Costs per click.
  - Náklady na kliknutí.
  - Výpočet bere do úvahy smluvenou sumu za proklik a počet kliknutí:
    - $CPC = \text{Cost to an Advertiser} / \text{počet kliků}$ .
    - Cost to an Advertiser:  $2 \text{ €} * 1\,000 = 2\,000$ .
    - Objednatel musí zaplatit 2 000 €.
-



- **CPM**
  - Costs per mile.
  - Náklady na zobrazení tisícovce lidí.
  - Výpočet bere do úvahy smluvenou sumu za tisících zobrazení a počet zobrazení:
    - $CPM = \text{Cost to an Advertiser} * 1\ 000 / \text{Počet zobrazení}$ .
    - $\text{Cost to an Advertiser} = 5\ \text{€} * (200\ 000 / 1\ 000) = 1\ 000$ .
    - Objednatel musí zaplatit 1 000 €.
-

# Nejčastěji používané KPI

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V OPAVĚ

- **ENGAGEMENT** - Angažovanost spotřebitele s obsahem na sociálních sítích.
  - Nominální počet lajků, komentářů, prokliků a sdílení, které následně zvyšují dosah (REACH) obsahu.
  - **REACH** - Kolik lidí obsah „vidělo“ ve svém newsfeedu.
  - Dělíme na organický a na placený.
  - **BOUNCE RATE** - Míra okamžitého opuštění.
  - Okamžité opuštění je návštěva jedné stránky na vašem webu. Ve službě Analytics se okamžité opuštění počítá jako návštěva, která iniciuje pouze jeden požadavek na server Analytics, například když uživatel otevře jedinou stránku na vašem webu a poté z ní odejde, aniž by při této návštěvě vyvolal jakýkoli další požadavek na server Analytics.
-

# Nejčastěji používané KPI

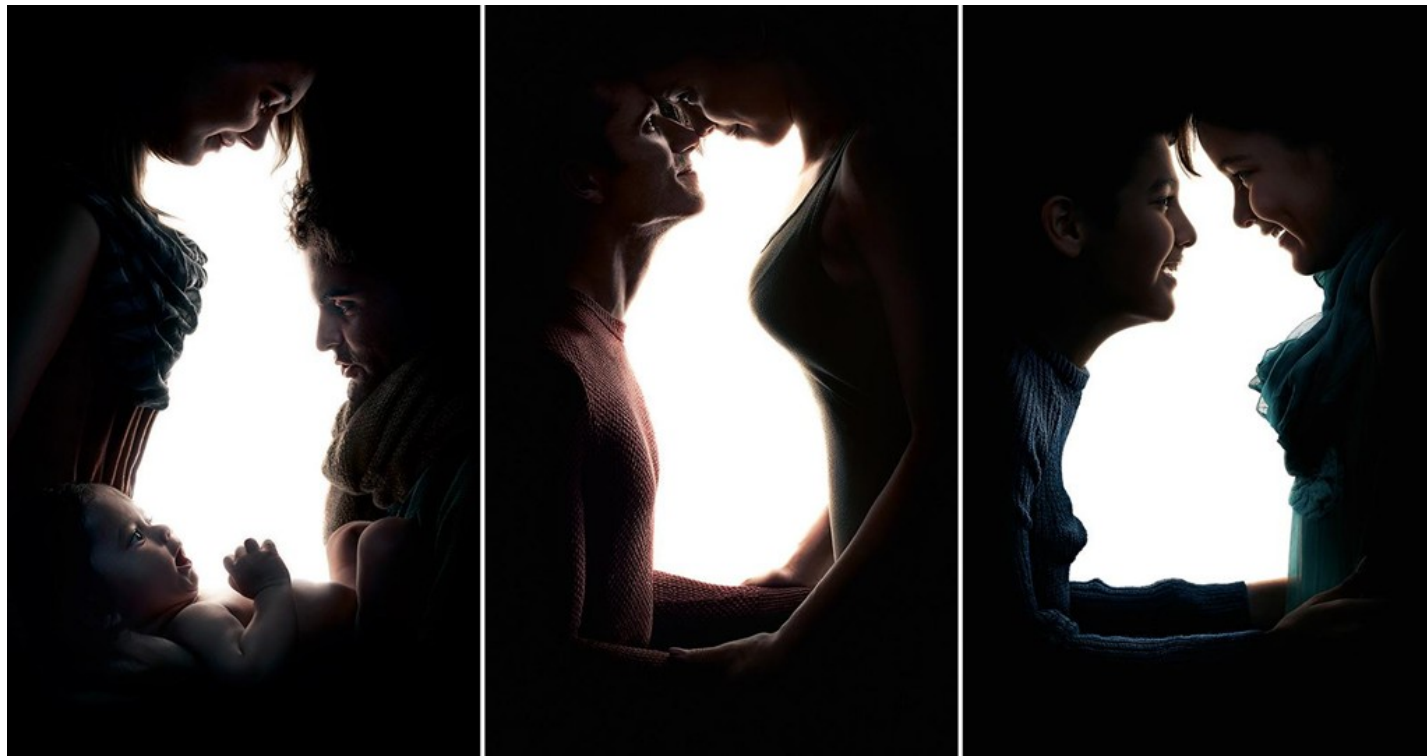
---



- **VIEWS**
  - Počet shlédnutí.
  - Počet lidí, kteří shlédli video bez rozlišení délky shlédnutí.
  - **AVERAGE VIEW DURATION**
  - Průměrný čas shlédnutí identifikuje kolik v průměru bylo z videa shlédnuto.
  - **AUDIENCE RETENTION**
  - Průměrná procentuální délka videa, kterou uživatelé shlédli.
-

- Velmi často měříme celkové ROI kampaně – má to ale svá úskalí!
  - Pokud se jedná o eshop s komunikací jen v onlinu, je to velmi jednoduché:
    - $ROI = ((\text{čistý zisk z kampaně} - \text{náklady na kampaň}) / \text{náklady na kampaň}) * 100$
    - Příklad:  $ROI = ((70\ 000 - 50\ 000) / 50\ 000) * 100 = 40\%$
  - Problémy
    - Kdy měřit – řada komunikačních aktivit má určitou setrvačnost – prodeje se neprojeví hned.
    - Atribuce – působila na něj jen kampaň? Kolik zdrojů informací dnes člověk využije před nákupem?
    - Makroekonomické a další celospolečenské vlivy (1. přednáška)
-

- [Článek](#) o top kampaních.



- Do vyhledávače zadáte název firmy nebo klíčové slovo a ukáží se vám všechny aktivní reklamy.

Meta

Česká rep... Všechny reklamy moonchocolate

Knihovna reklam Reporty Knihovny reklam Ad Library API

Česká rep... Všechny reklamy moonchocolate

Spustěno: prosinec 2022

Filtery

**Aktivní**

Běží od 6. 12. 2022

Platformy


ID: 541946567794525

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Ruční výroba, kvalita surovin a láska k povítké čokoládě se vyplácí

Produkty MoonChocolate získaly ocenění na několika soutěžích a to je důkaz, že se jedná o hvězdnou dobrou čokoládu.



MOONCHOCOLATE.EU  
Vesmírná čokoláda | MoonChocolate  
Vesmírná dobrá čokoláda. Bean to bar jsme rodinná, ryze česká čokoládovna. Při tvorbě čokolády vycházíme zásadn...

Koupit

**Aktivní**

Běží od 5. 12. 2022

Platformy


ID: 1064542654946851

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Vydejte se s námi na vesmírnou výpravu za povítkou, kvalitně zpracovanou čokoládou, od české rodinné čokoládovny MoonChocolate.

Stačí jedno sousto a hned vám bude jasné, o co jste celou tu dobu přicházeli.



Ty nejkvalitnější suroviny

MOONCHOCOLATE Shop Now

**Aktivní**

Běží od 1. 12. 2022


Platformy

ID: 472129128165642

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Ochutnejte unikátní čokoládové měsíční kameny. Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít.



Čokoláda z mléčné dráhy

MOONCHOCOLATE.EU  
Měsíční kameny | MoonChocolate  
Dovážíme je přímo z mléčné dráhy, ale mizí rychlostí světla, tak si je nenechte ujít. 42% obsahu kakaa původem z Vietnamu. MĚSÍČNÍ...

Koupit

**Aktivní**

Běží od 5. 12. 2022

Platformy


ID: 1302707016963003

Zobrazit podrobnosti o reklamě

**MoonChocolate**  
Sponzorováno

Jsmo česká rodinná čokoládovna, která se pyšní těmi nejkvalitnějšími produkty s lahodnou chutí.

Tak ochutnejte kousek vesmíru s ručně vyráběnou čokoládou MoonChocolate!



Česká rodinná čokoládovna

MOONCHOCOLATE.EU  
Vesmírná čokoláda | MoonChocolate  
Vesmírná dobrá čokoláda. Bean to bar jsme rodinná, ryze česká čokoládovna. Při tvorbě čokolády vycházíme zásadn...

Koupit

- Časový rozvrh, v němž budou odvysílány televizní či rozhlasové spoty, otištěna inzerce a vyvěšena venkovní či online reklama, spolu s podrobným rozpisem jednotlivých médií a formátů, uvedením ukazatelů očekávaného reklamního zásahu.

Čas	1	2	3	4	5
Mediatyp 1					
Mediatyp 2					
Mediatyp 3					
Mediatyp 4					

# Cíle online kampaně pohledem čísel

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **Prodej** - Počet nákupů / objem tržeb, Počet zákazníků - celkově, nových, opakujících (retence).
  - **Web** - Počet návštěvníků, návštěv, doba na webu, počet stránek na návštěvu, míra okamžitého opuštění.
  - **Povědomí** - počet oslovených lidí, objem zobrazení reklamy.
  - **Interakce** - počet reakcí, komentářů, sdílení.
  - **Hodnocení** - počet referencí, úroveň hodnocení.
-



- V Google Analytics zjistíme informace o návštěvnosti webu, chování zákazníků a prodeji e-shopu. V případě, že firma nemá e-shop řešíme jen první 2 sekce.

Acquisition			Behaviour			Conversions		
Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	E-commerce Conversion Rate	Transactions	Revenue
22,058 % of Total: 100.00% (22,058)	15,589 % of Total: 100.08% (15,576)	36,063 % of Total: 100.00% (36,063)	52.44% Avg for View: 52.44% (0.00%)	5.07 Avg for View: 5.07 (0.00%)	00:02:59 Avg for View: 00:02:59 (0.00%)	2.05% Avg for View: 2.05% (0.00%)	739 % of Total: 100.00% (739)	CZK 1,791,104.00 % of Total: 100.00% (CZK 1,791,104.00)

### 3 Příklad kampaně - MotoZem - Strategie

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Marketingová - Co?, Komu?, Proč?
    - Oblečení a doplňky na motorku
    - Lidé se zájmem o motorky - široké publikum
    - x milionů Kč tržeb, podíl nákladů na obratu do 15 % (na 1 mil. tržeb max 150 tis. Kč nákladů)
  - Komunikační - Sdělení komunikace
    - Ráj pro motorkáře - široký výběr, pomoc s nákupem, servis
  - Kreativní - Stunta Kalus
    - Santa Claus - Marek Kalus stunt rider - video na FB MotoZem
    - Doplňující vánoční obsah
  - Mediální - FB/IG, PPC, Mailing, blog, 1.11. - 20. 12., rozpočet cca okolo 1 mil. Kč (práce + reklamní kredit)
-

## Příklad kampaně - MotoZem - obsah

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Stunt video na prodejně - zábava, potenciál pro sdílení.
  - Blogový článek s tipy na dárky.
  - Mikulášská akce doprava zdarma - podpora prodeje.
  - MotoZem pomáhá - dobročinná akce - emoce, vnímání značky.
  - Tipy na dárky - stránka na e-shopu - usnadnění výběru.
  - Konkrétní tipy jako obsah pro reklamy.
  - Garance vrácení - podpora pro nerozhodné zákazníky.
-

# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



**MotoZem**

18. 11. 2022 at 17:11 · 🌐

Marek Kalus StuntRiding u nás nastartoval vánoční atmosféru a my jsme připraveni plnit vaše motorkářská přání. 😎

Už máte hotový dopis Ježíškovi? Napište nám, co byste chtěli pod stromeček a třeba se vám přání splní. 📦

A pokud ještě váháte, mrkněte na naše tipy na dárky:

CZ: [bit.ly/CZ\\_TIPY](https://bit.ly/CZ_TIPY)

SK: [bit.ly/SK\\_TIPY](https://bit.ly/SK_TIPY)



**MotoZem**

24. 11. 2022 at 16:00 · 🌐

Netrefili jste velikost, nebo by si vaše drahá polovička snad přála jinou barvu? Žádný problém! 😊

Zboží zakoupené od 1. 11. můžete bez problému vrátit až do 31. 1. 2023, takže času až až! 📦



# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



**MotoZem**

8. 12. 2022 at 15:00 · 🌐

Letos je ten rok, kdy konečně můžete vyřešit dárky s předstihem a my vám k tomu pomůžeme! 😎

Máme pro vás výběr nejoblíbenějších produktů, které motorkáři kupují po stromeček, tak se mrkněte. 📺



Tipy na dárky



Tipy na dárky



**MotoZem**

Today at 16:18 · 🌐

Nelamte si hlavu s vybíráním dárků, beztak každý motorkář nejlépe ví, co potřebuje. 😎

V MotoZemi najdete dárkové poukazy v hodnotě od 500 Kč. 👍



# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**MOTOZEM**

zedix



Můj účet ▾



0



1

14 990 Kč



 **OBLEČENÍ**

 **PŘÍSLUŠENSTVÍ**

 **DÍLY**

 **VÁNOČNÍ DÁRKY**

**VÁNOČNÍ TIPY  
NA DÁRKY, KTERÉ  
UDĚLAJÍ RADOST**

**PROHLÉDNOUT**





# Příklad kampaně - MotoZem - obsah



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



MotoZem

2. 12. 2022 at 13:10 · 🌐

MIKULÁŠSKÁ DOPRAVA ZDARMA! 📦

Do MotoZemě právě dorazila Mikulášská nadílka!

A protože jste byli celý rok hodní, poctivě sbírali naježděné kilometry a zážitky v sedle, vysloužili jste si od nás dopravu zdarma! 😊

Akce platí od 2. 12. do 6. 12. 2022, tak spěchejte na e-shop, dokoupit poslední dárky! 🛒 [www.motozem.cz](http://www.motozem.cz)



MotoZem

6. 12. 2022 at 15:00 · 🌐

Letos žádné nechtěné dárky, co vy na to? 📦

Pokud máte v merku novou helmu, nebo by to už chtělo pořídit neošoupané moto boty, dejte svým blízkým vědět pomocí seznamu přání pro Ježíška. 😊

Na našem e-shopu [www.motozem.cz](http://www.motozem.cz) si naházejte do košíku vše, co byste si pod stromečkem přáli rozbalit, klikněte na ikonu dárečku s názvem Poslat Ježíškovi, vyplíte formulář a pak už zbývá jen se těšit. 🎄

Více informací se dozvíte v článku na webu: [www.motozem.cz/vanocni-prani/](http://www.motozem.cz/vanocni-prani/)



MotoZem

1. 12. 2022 at 20:00 · 🌐

MOTOZEM POMÁHÁ 🙏

Tradičně bychom kouzelné, předvánoční období chtěli využít pro dobročinnou akci, kterou MotoZem hrdě pořádá. 🎄

Jako každý rok, bychom rádi vybrali 5 nelehkých životních příběhů, které naše pobočky finančně podpoří celkovou částkou 75 000 korun, což činí 15 000 korun na konkrétní příběh. 📦

Pokud víte o někom, kdo by si finanční pomoc opravdu zasloužil, nebo jste se sami ocitli v nepříznivé situaci, popište nám příběh tady do zpráv. ❤️

Vaše příběhy nám můžete zasílat do 9. 12. 2022. Více informací se dozvíte v našem článku na webu: [www.motozem.cz/motozem-pomaha/](http://www.motozem.cz/motozem-pomaha/)



## Příklad kampaně - MotoZem - výsledky

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- **1. 11. - 11. 12.**
  - 2 800 transakcí, PNO x %.
  - 95 000 návštěvníků, 200 000 návštěv.
  - Dosah 400 000 lidí, 8 mil. zobrazení reklamy.
  - Celkem cca 200 reklam na sociálních sítích a PPC platformách.
-



# Možný úkol do seminární práce

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

- Najděte online kampaň své oblíbené firmy a popište (cíl, cílové skupiny, jaký obsah, v jakých kanálech, proč?).
-

# Konec prezentace

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Děkuji za pozornost 😊**

---