

# Chyby zadavatelů PPC reklamy



# PPC reklama = platba za proklik

- Reklama placená za výkon – přivedeného návštěvníka
- Reklama cílená na uživatelův dotaz
  - Reklama ve vyhledávání
- Reklama cílená na obsah textu
  - Kontextová reklama
- Nevтіravá (textová) a relevantní
- Spojení s PPC konceptem přináší samé výhody

# Časté mýty o PPC

## Mýty

- musím být vidět = první pozice
- PPC propaguje mou značku
- když konkurence, tak já taky
- kopíruje kampaně v jiných médiích

## Realita

- nejde o pozice, ale o efektivitu
- málo a neúčinně
- na tom nezáleží
- dlouhodobá strategie je úspěšnější

# Nejčastější chyby zadavatelů PPC reklamy

- Neznalost cílů, které může PPC kampaň plnit
- Chce něco co PPC neumí
- Neumí určit efektivitu vynaložených prostředků
  - jak předem, tak později
- Nerelevantní slova
- Nefungující webová prezentace
- Syndrom cihly

# Zlozvyky z jiných reklamních formátů

- Reklamní slogan místo inzerátu
- I. pozice
- Zápis na jedno klíčové slovo vs. longtail
- Posuzování měřítky jiných typů reklamy
  - počet zobrazení
  - objem investice
- Snaha o cílení dle sociodemografie

# Čemu se nemá věřit

- Pomocí PPC lze budovat brand
- Lze vyvolat poptávku něčeho co nikdo nehledá
- Lze oslovovat B2B klienty
- Vystačíte jen s PPC reklamou
- Že je to drahá reklama

# Časté chyby dodavatelů PPC

- Obchodní model prodeje PPC reklamy
  - definice nákladů na správu kampaní
- Zpracování kampaně podle přání klienta
- Neexistence vlastního účtu
- Neexistence měření návratnosti investic

# Pro zadavatele dobré rady zdarma

- Definujte svoji cílovou skupinu
- Definujte měřitelné ukazatele úspěšnosti
- Propagujte produkty a služby – ne sami sebe
- Nechte si poradit od odborníků
  - vyhněte se metodě „pokus / omyl“
- Obezřetně vybírejte dodavatele PPC reklamy
  - řiďte se instinktem
  - zajímejte se o ostatní služby a reference

# Prostor pro Vaše dotazy

[jiri.chomat@firma.seznam.cz](mailto:jiri.chomat@firma.seznam.cz)

Děkuji Vám za pozornost

*~Jiří Chomát~*

