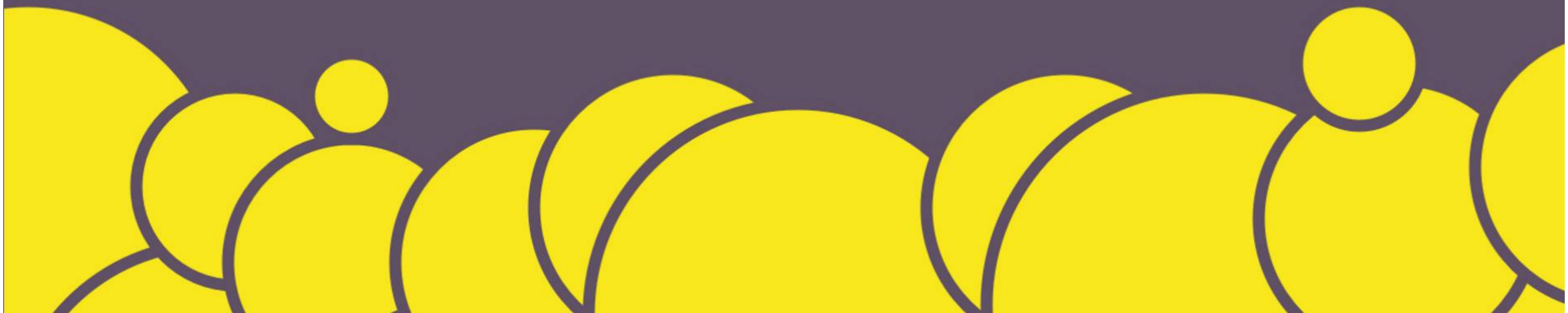


Pohledy, díky kterým víme, že kampaně šlapou

- Petr Bureš, Letní PPC Camp 2017



Co trápí “PPC head”/Specialistu/Klienta?

Specialista

Plním cíle?

**Proč:
Kde mám problém?**

Kde je potenciál?

PPC Head

Plníme cíle?

**Proč:
Jak na tom makáme?
(kvalita)**

Kde je potenciál?

Klient/AM

Plní agentura cíle?

**Jak si vedou PPC ve
srovnání s dalšími
kanály?**

Prodávám to co chci?

Jaká je situace na trhu?

Zdroje ze kterých data potřebujeme...

1. Google Adwords
2. Google Analytics
3. Facebook (Ads i Page)
4. Twitter
5. Youtube
6. Bing
7. Sklik
8. Google Calendar
9. Yandex
10.

Nástroje, které jsme vyzkoušeli

1. Keboola a GoodData
2. Power BI
3. 9 PPC nástrojů (<http://bit.ly/ulab-ppc-nastroje>)
4. Google Data Studio
5. Kombinace Google Spreadsheets, Supermetrics a skripty

Nástroje, které jsme vyzkoušeli

1. Keboola a GoodData
2. Power BI
3. 9 PPC nástrojů (<http://bit.ly/ulab-ppc-nastroje>)
4. Google Data Studio
5. **Kombinace Google Spreadsheets, Supermetrics a skripty**

10 základních problémů

1. **Udržitelnost** - mnoho zdrojů a API
2. **Datové formáty** - Adwords x Sklik
3. **Náročnost scriptů** - velké účty
4. **Aktuálnost dat** - aktualizace výstupů
5. **Distribuce dat** - ve správný čas ke správným lidem
6. **Metriky** - volba těch správných metrik
7. **Cíle** - jednou CPA, pak PNO...
8. **Vizualizace** - Přehlednost výstupů
9. **Názvosloví** - "Cíl | Typ kampaně | Název.."
10. **Správa a údržba** - jeden vstup pro všechno

Kdy bude vše funkční?

1. Pravidlo max. 3 e-mailů na denní bázi
2. Podstatné informace
3. Užitečnost pro plánování práce
4. Zodpovědnost při zadávání vstupů

Co se stane po doplnění?

Specialista

Specialista - Kde mám problém? - Checklisty

New Campaign CHECKLIST | 

 Check before launch




<p>CHECK in SETTINGS</p> <ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Network - Search/GDN<input checked="" type="checkbox"/> Country<input checked="" type="checkbox"/> Language<input checked="" type="checkbox"/> Ad rotation for clicks<input checked="" type="checkbox"/> Budget<input checked="" type="checkbox"/> Mobile & tablet bidding<input checked="" type="checkbox"/> Naming<input checked="" type="checkbox"/> Negative KWs list applied<input checked="" type="checkbox"/> Setup scripts	<p>CHECK ADS</p> <ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Correct languages<input checked="" type="checkbox"/> Correct Landing Pages<input checked="" type="checkbox"/> UTM applied<input checked="" type="checkbox"/> Do you have extensions?<input checked="" type="checkbox"/> Is there at least 1 Ad per group?<input checked="" type="checkbox"/> Match type - No broad<input checked="" type="checkbox"/> RLSA applied
--	--










 Check after 1 day

<p>FINDER</p> <ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> KWs with many impr. & ↓ CTR<input checked="" type="checkbox"/> Ad groups with no spend<input checked="" type="checkbox"/> KWs with the highest spend<input checked="" type="checkbox"/> Are there any Ads disapproved?	<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Do we see results in GA?<input checked="" type="checkbox"/> Check conv tracking + RMKT lists<input checked="" type="checkbox"/> Is the campaign limited by budget?<input checked="" type="checkbox"/> Random KW check
--	--

 Check after 1 week

<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Overlapping KWs/countries	<ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> Search terms check
---	--

 [Template - regular activities \(adwords\)](#)  2  0/9

-  Placement check (adwords)
-  Search term check (adwords) Assign/schedule...
-  Bidding (adwords)
-  Ad testing (adwords)
-  Wasted spend check (adwords)
-  Discovering new keywords opportunities (adwords)
-  Keyword diagnoses (adwords)
-  Low CTR check (adwords)
-  Ad disapproved (adwords)

Specialista - Kde mám problém?

Alerty

- a. **TOP SearchTerms** - denně
- b. **Impressions Difference** - týdně
- c. **0 Impressions** - při detekování
- +
- d. **404** - při detekování
- e. **PLA** - při detekování

Specialista - Kde mám problém?

Pravidla distribuce emailů

Adwords + Sklik

= 1 Email/Script

(pouze účty každého specialisty)

to marketa x

vLab

TOP Queries

Query	Impressions yesterday	% of last 7 days	Impressions last 7 days	CTR
	67	16.18	414	48.31%
	30	17.44	172	70.93%
	26	20.00	130	56.92%
	20	22.99	87	65.52%
	19	15.45	123	25.20%
	13	16.46	79	41.77%
	13	28.26	46	34.78%
	9	16.67	54	46.30%
	5	27.78	18	11.11%
	4	30.77	13	92.31%

Query	Impressions yesterday	% of last 7 days	Impressions last 7 days	CTR
	554	14.30	3873	0.23%
	143	14.65	976	0.51%
	94	18.99	495	0.40%
	80	15.47	517	1.93%
	75	16.06	467	1.93%
	70	12.13	577	0.17%
	48	32.88	146	0.68%
	48	13.64	352	1.42%
	46	11.86	388	5.15%
	34	23.78	143	0.70%

Query	Impressions yesterday	% of last 7 days	Impressions last 7 days	CTR
	19	22.89	83	8.43%
	18	15.79	114	1.75%
	14	20.29	69	13.04%
	13	20.31	64	3.12%
	11	15.49	71	1.41%
	11	40.74	27	7.41%
	11	20.00	55	7.27%
	6	25.81	31	3.23%
	6	28.57	28	7.14%
	6	100.00	8	12.50%

Specialista - Kde mám problém?

a. TOP SearchTerms

- a. **Co:** TOP 10 vyhledávací dotazy s nejvíce impressemi za předchozí den
- b. **Kdy:** Denně v 8:00
- c. **Proč:** Kontrola nerelevantních, trend a nových dotazů
- d. **Akce:** Vyloučení/kontrola dotazů

Specialista - Kde mám problém?

a. TOP SearchTerms

Query	Impressions yesterday	% of last 7 days	Impressions last 7 days	CTR
	1368	31.32	4368	2.29%
	1071	45.17	2371	1.10%
	867	27.68	3132	2.46%
	622	24.53	2536	2.96%
	585	30.89	1894	2.38%
	488	36.26	1346	1.93%
	442	36.23	1220	0.98%
	408	11.89	3432	1.34%
	344	20.80	1654	0.97%
	335	40.31	831	1.32%

Specialista - Kde mám problém?

b. Impressions Difference

- a. **Co:** TOP 10 vyhledávací dotazy s největším absolutním propadem impressí za posledních 7 dnů
- b. **Kdy:** Pondělí ráno v 8:00
- c. **Proč:** Kontrola trendů a TOP frází
- d. **Akce:** Kontrola/potvrzení příčiny

Specialista - Kde mám problém?

b. Impressions Difference

CampaignName	Query	Impressions (29/3 - 4/4)	Difference	Impressions (22/3 - 28/3)
		1	686 (99.85%)	687
		264	602 (69.52%)	866
		354	400 (53.05%)	754
		1	284 (99.65%)	285
		1	266 (99.63%)	267
		950	239 (20.10%)	1189
		104	188 (64.38%)	292
		682	179 (20.79%)	861
		155	172 (52.60%)	327
		42	166 (79.81%)	208

Specialista - Kde mám problém?

c. 0 impressions

- a. **Co:** Aktivní kampaně s 0 impressemi v dnešním dnu
- b. **Kdy:** Každý den ve 12:00
- c. **Proč:** Kontrola nad výpadkem důležitých kampaní
- d. **Akce:** Feed, remarketing, vylučující klíčová slova

Specialista - Kde mám problém?

c. 0 impressions

AccountName	CampaignName	Impressions yesterday	Impressions last 7 days	Cost	ConversionValue
		0	694	0.81	0.0
		111	951	2.04	0.0
		1350	12675	23.12	0.0
		186	1527	4.33	0.0
		1817	11779	93.36	60.65
		65	283	2.93	0.0
		339	2197	23.69	257.59
		256	1639	6.28	0.0
		233	1552	9.73	75.91
		100	775	14.23	254.3
		183	941	4.21	0.0
		85	564	2.94	0.0
		2423	14761	57.9	142.75
		750	3816	7.21	0.0
		799	4980	7.32	0.0
		41	245	3.82	0.0

Campaigns with 0 impressions today = 16/21

AccountName	CampaignName	Impressions yesterday	Impressions last 7 days	Cost	ConversionValue
		0	3631	421.46	0.0

Campaigns with 0 impressions today = 1/14

AccountName	CampaignName	Impressions yesterday	Impressions last 7 days	Cost	ConversionValue
		61	433	5.21	0.0
		36	338	1.59	0.0
		263	2011	31.64	0.0

Campaigns with 0 impressions today = 3/44

AccountName	CampaignName	Impressions yesterday	Impressions last 7 days	Cost	ConversionValue
		20	3391	26.13	0.0

Campaigns with 0 impressions today = 1/12

Specialista - Co mám optimalizovat?

Regular Activities & Opportunities

- a. **SearchTerm check** - měsíčně
- b. **New Keywords** - měsíc až čtvrtletně
- c. **Competitors** - potřeba a dle situace
- +
- d. **Placements** - Danův script zítra :)

Specialista - Co mám optimalizovat?

a. SearchTerm Check

- a. **Co:** Meziměsíční kontrola vyhledávacích dotazů
- b. **Jak:** Označení dotazu - OK, NG, CR
- c. **Proč:** Relevance, nové vyhledávací dotazy
- d. **Cíl: Optimalizace** Čas x Kvalita x Kontrola nad účtem
- e. **Frekvence:** Měsíční

Specialista - Co mám optimalizovat?

a. SearchTerm Check

AccountDescrip	CampaignName	AdGroupName	KeywordTextMa	Query	QueryMatchTyp	Clicks	Impressions	Ctr	AverageCpc	Cost	Conversions	Status	Script2Checked	N
Vyhledávací dotazy a metriky												OK		
												NG		
												NG		
												OK		
												CR		
												CR		

Data UNIQUE_ST_OK ST_OK ST_CR ST_NG

Specialista - Co mám optimalizovat?

a. SearchTerm Check

AccountDescrip	CampaignName	AdGroupName	KeywordTextMa	Query	QueryMatchTyp	Clicks	Impressions	Ctr	AverageCpc	Cost	Conversions	Status	Script2Checked	N
Vyhledávací dotazy a metriky												OK		
												NG		
												NG		
												OK		
												CR		
												CR		

Data ▾

UNIQUE_ST_OK ▾ ST_OK ▾ ST_CR ▾ ST_NG ▾

Specialista - Co mám optimalizovat?

b. New Keywords

- a. **Co:** Klíčová slova z organického vyhledávání (SearchConsole)
- b. **Jak:** Porovnání dotazů s kampaněmi
- c. **Cíl:** Nová klíčová slova, Porovnání dat
- d. **Frekvence:** Měsíční až půlroční

Specialista - Co mám optimalizovat?

b. New Keywords

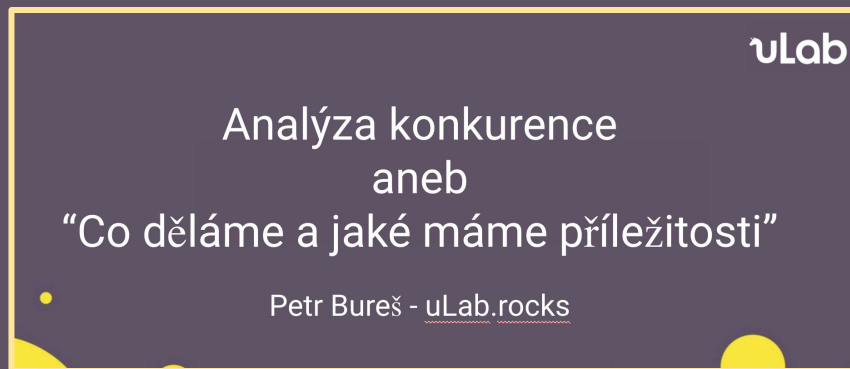
Search query	Country	Impressions	Clicks	CTR (%)	Average position
	United States	36240	0	0	100.44
	Philippines	5943	0	0	73.22
	India	4982	0	0	81.91
	Canada	3718	0	0	87.98
	United Kingdom	2571	0	0	138.22
	Germany	1542	0	0	78.43
	Indonesia	1531	0	0	70.76
	Australia	1499	0	0	130.63
	Mexico	1454	0	0	140.54
	United States	1407	2	0.14	32.56
	Italy	1165	0	0	70.98
	Malaysia	1138	0	0	88.64
	Brazil	1002	0	0	88.86

Specialista - Co mám optimalizovat?

c. Competitors

Prezentace z minulého campu

<http://bit.ly/ppc-camp-konkurence>



Specialista - Kde mám potenciál?

Obsah dashboardu

- a. 11 metrik Adwords
- b. 7 metrik Sklik
- c. Vývoj WoW

Specialista - Kde mám potenciál?

Account	QS<=6 (%)	Dif (1)	QS - V (AVG)	Dif (2)	QS - (AVG)	Dif (3)	AvgPos>2,5	Dif (4)	AvgPos - V (AVG)	Dif (5)	AvgPos (AVG)	Dif (6)	Conversions (%)	Dif (7)	Cost	Dif (8)	Impressions Share < 40 %	Dif (9)	Impressions Share < 10 %	Dif (10)	CPA	Dif (11)	CTR	Dif (12)	
Account 1		++																							
Account 2		+																							
Account 3		++																							
Account 4		+																							
Account 5		+																							
Account 6		+																							
Account 7		+																							
Account 8		++																							
Account 9		+																							
Account 10		+																							
Account 11		+																							
Account 12		+																							
Account 13		+																							
Account 14		+																							
Account 15		++																							
Account 16		+																							
Account 17		+																							
Account 18		+																							
Account 19		++																							
Account 20		+																							
Account 21		+																							
Account 22		+																							
Account 23		+																							
Account 24		++																							
Account 25		+																							
Account 26		+																							
Account 27		+																							
Account 28		+																							
Account 29		+																							
Account 30		+																							
Account 31		+																							
Account 32		++																							
Account 33		+																							
Account 34		+																							
Account 35		+																							
Account 36		+																							
Account 37		+																							
Account 38		+																							
Account 39		+																							
Account 40		+																							
Account 41		+																							
Account 42		++																							
Account 43		+																							
Account 44		+																							
Account 45		+																							
Account 46		+																							
Account 47		+																							
Account 48		+																							
Account 49		++																							
Account 50		+																							
Trendy - Týdenní																									
Trendy - Měsíční																									
Výsledky - Týdenní																									

11 metrik v dashboardu

NO.	Název	S Popis	Podmínky 1	Podmínky 2	Podmínky 3
1	QS<=6	% klíčových slov, které má quality score menší nebo rovno 6	QS bez hodnoty "--",	Impressions > 0	
2	QS (AVG)	Vážený průměr celkového QualityScore	QS bez hodnoty "--",	Impressions > 0	
3	AvgPos<2,5	Procento klíčových slov s menší pozicí jak 2,5	Avg. position > 0	Impressions > 0	
4	AvgPos (AVG)	Vážený průměr pozic	Avg. position > 0	Impressions > 0	
5	Conversions	% klíčových slov, kde jsou náklady > 0 a nejsou žádné conversions (conversion = 0)	Impressions > 0	Cost > 0	
6	Cost	Kolik % z celkových nákladů tvoří klíčová slova, kde jsou náklady a není ani jedna konverze	U KWs,kde platí Cost > 0 a Conversions = 0, tak sum (Cost) děleno celkové sum(Cost)		
7	Impressions Share < 40 %	Procento klíčových slov, kde je impressions share menší jak 40 %	Impressions > 0	Hodnotu < 10 počítat jako 10	
8	Impressions Share < 10 %	Procento klíčových slov, kde je Impression Share < 10 %	Změna. I s nulovým impressions.		
9	CPAPNO	CPA - Celkové náklady / Počet konverzí; PNO = Celkové náklady / obrat			
10	CTR	(Počet Unicorns KWs / Celkový počet KWs) * 100	Impressions > 5		
11	%EXT Impr	Když se MatchType u SearchTerms == Exact match, tak sečti impressie a děl celkovým počtem impressí bez kampaní PLA	Bez kampaní PLA, Vše brát z Keywords Reportu		

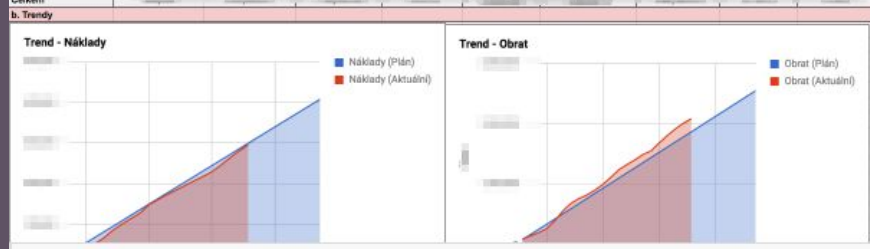
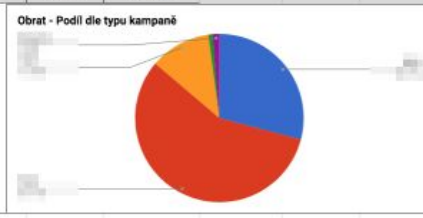
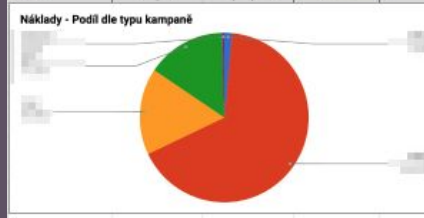
Specialista - Plníme cíle?

1. CZ - Adwords - Firma ABC - Report PPC kampaní				Měsíc: 06/2017	
Den v měsíci:	22	Počet dnů v měsíci:	30	Podíl měsíce:	73%
June 2017	Měsíc	Denní průměr	Plán k dnešku	Plnění	Rozdíl
Náklady (Cíl)					
Náklady (Aktuální)					
Obrat (Cíl)					
Obrat (Aktuální)					
PNO (Cíl)					
PNO (Aktuální)					

a. Plnění cílů									
Datum	Náklady (Plán)	Náklady (Aktuální)	Náklady - Rozdíl	Plnění (%)	Obrat (Plán)	Obrat (Aktuální)	Obrat - Rozdíl	Plnění (%)	PNO (%)
1. 6. 2017									
2. 6. 2017									
3. 6. 2017									
4. 6. 2017									
5. 6. 2017									
6. 6. 2017									
7. 6. 2017									
8. 6. 2017									
9. 6. 2017									
10. 6. 2017									
11. 6. 2017									
12. 6. 2017									
13. 6. 2017									
14. 6. 2017									
15. 6. 2017									
16. 6. 2017									
17. 6. 2017									
18. 6. 2017									
19. 6. 2017									
20. 6. 2017									
21. 6. 2017									
22. 6. 2017									
23. 6. 2017									
24. 6. 2017									
25. 6. 2017									
26. 6. 2017									
27. 6. 2017									
28. 6. 2017									
29. 6. 2017									
30. 6. 2017									



e. Plnění dle typu kampaně						
Typ kampaně	Náklady	Obrat	PNO	Cílové PNO	Náklady - Podíl	Obrat - Podíl
BRA						
PNO						
TDP						
SPC						
Ostatní						
Celkem						



PPC Head

PPC head - Plníme cíle?

Porovnání 09/06/2017 15/06/2017 x 16/06/2017 22/06/2017

1) Google Adwords

Account	Cost	Cost - Last	Clicks	Clicks - Last	Conv	Conv - Last	Change Cost	Change Clicks	Change Conv	% Cost	% Clicks	% Conv	CPA/PNO	CPA/PNO - Last	Check
Account 1	10000	10000	1000	1000	10	10	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 2	20000	20000	2000	2000	20	20	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 3	30000	30000	3000	3000	30	30	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 4	40000	40000	4000	4000	40	40	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 5	50000	50000	5000	5000	50	50	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 6	60000	60000	6000	6000	60	60	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 7	70000	70000	7000	7000	70	70	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 8	80000	80000	8000	8000	80	80	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 9	90000	90000	9000	9000	90	90	0	0	0	100	100	100	1000	1000	
Account 10	100000	100000	10000	10000	100	100	0	0	0	100	100	100	1000	1000	

Weekly - Adwords Weekly - Facebook Weekly - Bing Weekly - SMK Datahub_data

PPC head - Jak na tom makáme? - Hodiny



Month: 6	Day	22	30	73.33%	P in Team	9							
Internal	Activity			Hours	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total	Remains	%
ulab	All			540.00							0.0	540.00	0.00%
Job	Description				Client - Hours spent						Overview		
Company	Main contact	Specialist	Activity	Hours	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total	Remains	%
a	mka	gfe/pbu	PPC	14.00	2.0						2.0	12.00	14.29%
b	mka	pbu	PPC	15.00		2	8.0				10.0	5.00	66.67%
c	pbu	kko/pbu	PPC	30.00	32.0		7.0				39.0	-9.00	130.00%
d	mka	bka	PPC	6.00					5.0		5.0	1.00	83.33%

PPC head - Jak na tom makáme?

Týdenní trendy sledovaných metrik



Klient

Firma - Plníme cíle? - Měsíční report



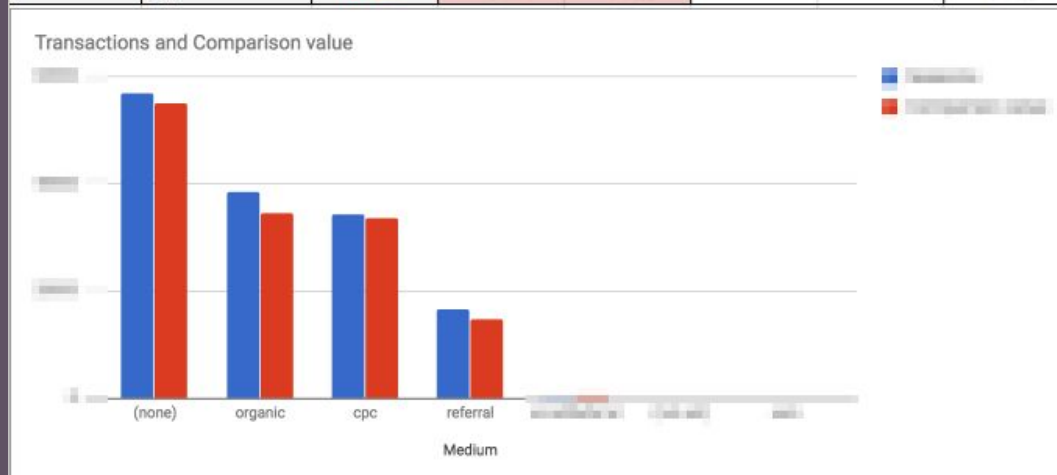
Hlavní části měsíčního reportu:

1. Srovnání - MoM, YoY
2. Podle cíle/země - TOP, PNO..
3. Podle marketingových kanálů - Adwords, Sklik, Bing..
4. Trendy - PLA/SEA/GDN
5. Trendy - Organic x PPC...
6. Cesta k cíli: Mikrokonverze, Průchod košíkem/poptávkou

Firma - Plníme cíle?

1. Srovnání MoM, YoY

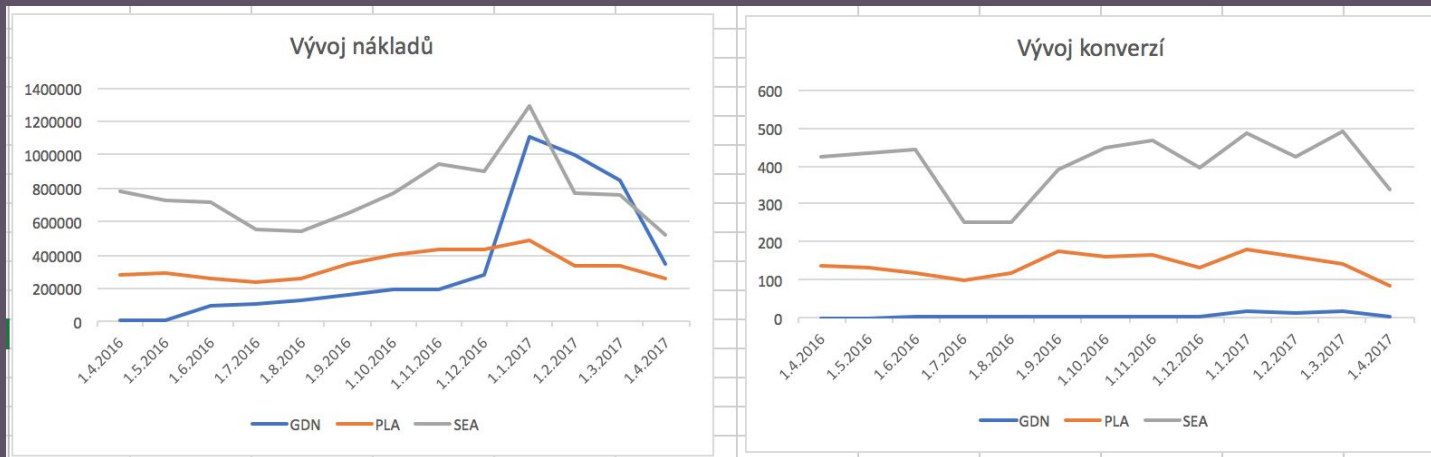
NO.	Metrics	05-2017	MoM (%)	MoM (Abs)	YoY (%)	YoY (Abs)	04-2017
1	Sessions	10000	100%	0	100%	0	10000
2	% New Sessions	100%	100%	0	100%	0	100%
3	Transactions	1000	100%	0	100%	0	1000
4	Revenue	100000	100%	0	100%	0	100000
5	ConversionRate (%)	10%	100%	0	100%	0	10%
6	Impressions	1000000	100%	0	100%	0	1000000
7	CTR	1%	100%	0	100%	0	1%



Firma - Plníme cíle?

2. Trendy - srovnání PLA/SEA/GDN

PNO | “Název kampaně” | SEA |



Firma - Plníme cíle?

3. Cesta k cíli: Mikrokonverze, Košík

1. Country	Operator	Calculate	Click - AddToCart	Cart	Order
Italy					
United Kingdom					
France					
Netherlands					
Greece					
Norway					
Germany					
Spain					
Finland					
Sweden					
Croatia					
Russia					
Belgium					
Switzerland					
Austria					
2. Source/Medium	Operator	Calculate	Click - AddToCart	Cart	Order
google / cpc					
facebook / cpc					
google / organic					
(direct) / (none)					
bing / organic					
facebook / referral					
yahoo / organic					
yandex / organic					
Summary					
CPC					
Podíl CPC v %					

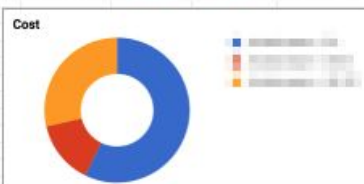
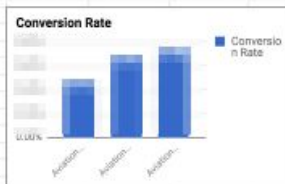
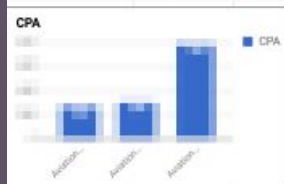


2. Výsledky dle jednotlivých kanálů

Source	Sessions	% New Sessions	Clicks	Cost (System)	Cost (CZK)	Transactions	Revenue (EUR)	Revenue (CZK)	CPA	Conversion Rate
Google Adwords										
Bing Ads										
Facebook Ads										
Complete results										

3. PPC - Google Adwords

Account	Sessions	% New Sessions	Clicks	Cost (System)	Cost (CZK)	Transactions	Revenue (EUR)	Revenue (CZK)	CPA	Conversion Rate



4. Google Adwords - TOP 10 Countries (Sort - Transactions)

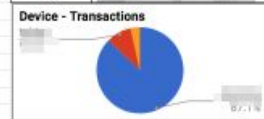
NO	Countries	Transactions
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

5. Google Adwords - TOP 10 Products

NO	Product	Transactions
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

6. Google Adwords - Devices

NO	Device	Transactions
1		
2		
3		



Shrnutí: Jak to tedy
všechno probíhá?

Specialista

Checklisty:
Pravid.aktivity,
Nová kampaň

Alerty:
404, 0 Impr. Top
search terms,
Difference

Search term check
New kws

Quality Dashboard
Denní dashboard

PPC Head

Weekly report

Hodinový
dashboard

Kvalita - týdenní
trendy

Klient

Měsíční report

Vstupní data

1. Data o firmách (Overview)

NO.	Company	Calendar	Adwords Name	Adwords ID	Sklik Email	Sklik Token	Goal	URL Report	Campaign Targe	Report	Systems		
1	Firma A	acko	Ucet EU;Ucet Svet	123-456-7890;223-456-789	sklik@acko.cz	0xpfadfassadsda	PNO	URL_Reportu_A	Countries	Monthly B	Adwords	Sklik	Bing
2	Firma B	becko	Ucet All	987-654-3212	cpsklik@becko.	0xpfadfassadsda	CPA	URL_Reportu_B	CPA	Monthly A	Adwords	Sklik	

Overview | Config - Adwords | Config - Sklik | **1** Cost & Goals - Adwords | **1** Cost & Goals - Sklik | **1** Dashboard - Adwords | Dashboard - Sklik | Zadáání | Dokumentace

Vstupní data

1. Data o firmách (Overview)

NO.	Company	Calendar	Adwords Name	Adwords ID	Sklik Email	Sklik Token	Goal	URL Report	Campaign Target	Report	Systems		
1	Firma A	acko	Účet EU;Účet Sve	123-456-7890;223-456-789	sklik@acko.cz	0xpfadfassadsda	PNO	URL_Reportu_A	Countries	Monthly B	Adwords	Sklik	Bing
2	Firma B	becko	Účet All	987-654-3212	cpcsklik@becko.	0xpfadfassadsda	CPA	URL_Reportu_B	CPA	Monthly A	Adwords	Sklik	

Název firmy

Trackovací
název

ID všech
úctů

Sklik účet

Sklik Token

Cíl účtu

Měsíční
report

Primární
zaměření
reportu

Jaké používáme
systémy?

Overview

Config - Adwords

Config - Sklik

1 Cost & Goals - Adwords

1 Cost & Goals - Sklik

1 Dashboard - Adwords

Dashboard - Sklik

Zadání

Dokumentace

Vstupní data



2. Config - Adwords a Sklik

Account Name	Adwords ID	SpreadsheetId	Cílová metrika	Cílová hodnota	Cost (Měs. limit)	Emails	Vyloučené kampaně	0impre	TopQueries	Difference Impr	404
Ucet EU	123-456-7890	ID_Sheetu_1-in Google Drive	PNO	5	40000	marketa@ulab.rocks;olena@ulab.rocks	BRA	x	x	x	x
Ucet Svet	223-456-789	ID_Sheetu_2-in Google Drive	PNO	7	60000	marketa@ulab.rocks;katka@ulab.rocks		x	x		x
Ucet All	987-654-3212	ID_Sheetu_3-in Google Drive	CPA	600	80000	marketa@ulab.rocks;gonzalo@ulab.rocks	BRA	x			x

Account Name	Sklik Email	SpreadsheetId	Cílová metrika	Cílová hodnota	Cost (Měs. limit)	Emails	Vyloučené kampaně	0impre	TopQueries	Difference Impr	404
sklik@acko.cz	sklik@acko.cz	ID_Sheetu_1-in Google Drive-Sklik	PNO	5	15000	marketa@ulab.rocks;olena@ulab.rocks	BRA	x	x	x	x
cpcklik@becko.cz	cpcklik@becko.cz	ID_Sheetu_2-in Google Drive-Sklik	CPA	600	20000	marketa@ulab.rocks;katka@ulab.rocks		x	x		x

Max.
hodnota

Měsíční
náklady























Email HEAD;Email
Správce



















Scripty je
neřeší

Které scripty chce správce nasadit?

Overview	Config - Adwords	Config - Sklik	1 Cost & Goals - Adwords	1 Cost & Goals - Sklik	1 Dashboard - Adwords	Dashboard - Sklik	Zadání	Dokumentace
----------	------------------	----------------	--------------------------	------------------------	-----------------------	-------------------	--------	-------------

Extrakce dat - Supermetrics

	Adform
	Adobe Analytics
	Bing Ads <small>ads@ulab.rocke</small>
	Bing Services (beta)
	Bing Webmaster Tools (beta)
	Database
	DoubleClick Bid Manager
	DoubleClick for Advertisers
	DoubleClick Search
	DoubleClick for Publishers
	Facebook Insights <small>Petr Bureš (id: 102</small>
	Facebook Ads <small>Petr Bureš (id: 10204358</small>
	Google Analytics <small>petr@ulab.rocke</small>
	Google AdWords <small>ulab (id: 724260854</small>
	Google Big Query
	Google Search Console <small>petr@ulab.r</small>
	LinkedIn Ads (beta)
	LinkedIn Company Pages (beta)
	Mailchimp
	Moz
	Optimizely (beta)
	SEMrush <small>b2b526.</small>

	Searchmetrics (beta)
	Stripe
	Twitter Ads
	Yahoo Gemini
	Youtube
Simple connectors	
	Custom JSON/CSV
	Facebook public data
	Google+
	Google Trends
	Instagram
	Instagram Public Data
	LinkedIn URL share counts
	Pinterest
	Reddit
	Tumblr
	Twitter
	Vimeo
	VKontakte

Extrakce dat - Supermetrics

	Adform	Searchmetrics (beta)	
	Free	Pro	Super Pro
Data sources	Google Analytics	Google Analytics Google AdWords Database	Google Analytics Google AdWords Database Adobe Analytics Adform DoubleClick Bid

- Google Analytics petr@ulab.rocks
- Google AdWords u_Lab (id: 724260854)
- Google Big Query
- Google Search Console petr@ulab.rocks
- LinkedIn Ads (beta)
- LinkedIn Company Pages (beta)
- Mailchimp
- Moz
- Optimizely (beta)
- SEMrush b2b526..

€ 43.75 /month € 88.39 /month****

- Reddit
- Tumblr
- Twitter
- Vimeo
- VKontakte

**** Při platbě za rok**

Extrakce dat - OWOX BI

Service provider

100%

BI PIPELINE

Destination service

Select service ▾



Select service ▾

Ads services

- Facebook Ads
- Twitter Ads
- Bing
- LinkedIn Ads
- Yandex.Direct
- Salesforce
- Sklik
- My Target
- Other services

Data processing

- Google Analytics
- Google BigQuery
- Google Sheets
- Competera
- AppsFlyer
- Sparkpost
- Mandrill

Call-tracking

- Calltouch
- Ringostat

- Google BigQuery
- Google Analytics
- Google Sheets
- Redshift
- ClickHouse

COMBINE DATA
FROM DIFFERENT

Extrakce dat - OWOX BI

Service provider

100%

BI PIPELINE

Destination service

Select service

Select service

Ads services

- Facebook
- Twitter Ads
- Bing
- LinkedIn Ads
- Yandex.Direct
- Salesforce
- Sklik
- My Target
- Other services

Basic

Combine data in Google BigQuery

\$115/month

up to 100K monthly active users

GET A 14 DAY TRIAL

[Compare plans](#)

Business

Find out the real value of advertising campaigns

\$1,400/month

up to 1M monthly active users

GET A 14 DAY TRIAL

+ Required onboarding \$3,000

[Compare plans](#)

Enterprise

Get custom solutions for Big Data

from **\$5,000**/month

starting at 10M monthly active users

CONTACT SALES

+ Required onboarding \$7,500

[Compare plans](#)

Extrakce dat - OWOX BI

Service provider

100%

BI PIPELINE

Destination service

Select service v



Select service v

More plans

START

AGENCY

GOOGLE ANALYTICS 360

Free

Create up to two cost data imports from Facebook, Bing, Yahoo! and other services into Google Analytics.

SIGN UP



Sklik



Mandrill



My Target

Call-tracking



Other services



Calltouch



Ringostat

COMBINE DATA FROM DIFFERENT

Práce s daty

1. App Script
 - a. Celkem 7 scriptů

2. Google Sheets
 - a. Pokročilé funkce (např. query)

Vizualizace

1. Google Sheets

a. Nové grafy - Explore

Account Name	Adwords ID	SpreadsheetId	Cilová metrika	Cilová hodnota	Cost (Měs. limit)	Emails	Vyloučené kampaně	Čimpre	TopQueries	Diff
Ucet EU	123-456-7890	ID_Sheetu_1-in Google Drive	PNO	5	40000	marketa@ulab.rocks;olena@ulab.rocks	BRA	x	x	
Ucet Svet	223-456-789	ID_Sheetu_2-in Google Drive	PNO	7	60000	marketa@ulab.rocks;katka@ulab.rocks		x	x	
Ucet All	987-654-3212	ID_Sheetu_3-in Google Drive	CPA	600	80000	marketa@ulab.rocks;gonzalo@ulab.rocks	BRA	x		

SUM 180000

AVERAGE 60000

MIN 40000

MAX 80000

COUNTA 8

ANSWERS

Ask a question about your data

- Bottom Adwords ID by Cilová hodnota
- Minimum Cilová hodnota
- Correlation of Cost (Měs. limit) and Cilová hodnota

FORMATTING

Alternating colours for A1:L4 [EDIT](#)

ANALYSIS

Count of Ucet EU

Sum: 180000 [Explore](#)

Náklady

1. Google Adwords (Supermetrics) - 44 Eur / Měsíc
2. Google Analytics
3. Facebook
4. Twitter
5. Youtube
6. Bing
7. Sklik (Owox BI, DataHub nebo Standa) - Free
8. Google Calendar (Time Sheet Add On) - Free
9. Yandex (Owox BI) - Free
10.

Náklady

1. Google Adwords (Supermetrics) - 44 Eur / Měsíc
2. Google Analytics
3. Facebook
4. Twitter
5. YouTube
6. Bing
7. Sklik
8. Google Calendar (Time Sheet Add On) - Free
9. Yandex (Owox BI) - Free
10.

Nástroje 1200 Kč / měsíc

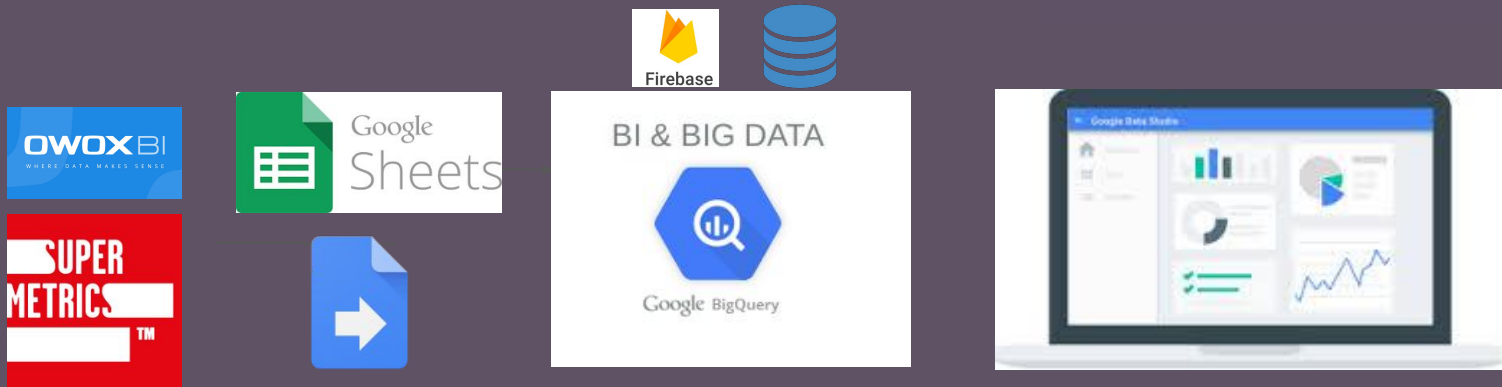
+

**nárazová lidská práce (programátor,
nastavení nové firmy) - Ø 10h/měsíc**

Co do budoucna?

Řešíme propojení s dalšími nástroji a ještě hlubší pohled na data

1. Owox BI a Supermetrics (extrakce dat)
2. Google Sheets a App Scripts (transformace dat)
3. Google BigQuery (uchovávání dat)
4. Google Data Studio (vizualizace dat) - bude záležet na vývoji



3 tipy na závěr

TIP 1: Supermetrics x Google Sheets Add On

1. Ukládání nastavení

Metrics	Dimensions	Pivot dimension	Filters	Segment ID	Sort	Max rows	Max pivot categ	Special settings	Other parameter
["transactions"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]			1000	10	["NO_HEADERS {}]	
["transactions"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["transactions"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["transactionreve"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]			1000	10	["NO_HEADERS {}]	
["transactionreve"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["transactionreve"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["visits"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["visits"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["visits"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["Cost"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]					["NO_HEADERS {}]	
["Cost"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]			1000	10	["NO_HEADERS {}]	
["Cost"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]					["NO_HEADERS {}]	
["Clicks"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]					["NO_HEADERS {}]	
["Clicks"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]					["NO_HEADERS {}]	
["Clicks"]	[]	[]	[{"field": "profileid", "value": ""}]					["NO_HEADERS {}]	
["percentnewvisit"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	
["percentnewvisit"]	[]	[]	[{"field": "adwords", "value": "All Users"}]					["NO_HEADERS {}]	

Configuration Options	Your Google Analytics Reports	
Report Name	Last Month	
Type	core	
View (Profile) ID / ids	ga:1111111111	
Start Date	01/06/2017	
End Date	22/06/2017	
Last N Days		
Metrics	ga:adCost ga:transactionRevenue	
Dimensions	ga:campaign	
Sort		
Filters	ga:sourceMedium==google / cpc	
Segment		
Sampling Level		
Start Index		
Max Results	10000	
Spreadsheet URL		

TIP 1: Supermetrics x Google Sheets Add On

2. Rychlost editace

Supermetrics

Google Analytics query at 'Flow & Goals'!

Query information

Created: 2017-06-06
Updated: 2017-06-23

Data source: Google Analytics

Date range: This month to date

Metrics: Goal 7 completions, Goal 6 completions, Goal 5 completions, Goal 4 completions, Goal 3 completions

Split by (rows): Country

Filters: Country=-Austria|Belgium|Croatia|Denmark|Finland|France|Kingdom

Max # of rows: 10000

Max # of categories: 10

Query ID: ITvGGgSHdK7IT7MvqWJKYQPctkKdZd

Query actions

[Refresh](#) [Modify](#)

[Show params](#) [Duplicate](#)

[Close](#) [Delete query](#)

[Delete query & data](#)

Configuration Options	Your Google Analytics Reports	
Report Name	Last Month	
Type	core	
View (Profile) ID / ids	ga:1111111111	
Start Date	01/06/2017	
End Date	22/06/2017	
Last N Days		
Metrics	ga:adCost ga:transactionRevenue	
Dimensions	ga:campaign	
Sort		
Filters	ga:sourceMedium==google / cpc	
Segment		
Sampling Level		
Start Index		
Max Results	10000	
Spreadsheet URL		

TIP 2: Doporučuji import dat do GA

1. Pokud máte data v Google Sheets
 - a. Doplněk Owox BI Data Upload

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ga:date	ga:source	ga:medium	ga:campaign	ga:keyword	ga:impressions	ga:adClicks	ga:adCost
2	20140411	ad network	cpc	Spring Sale	dogbone	9387	288	100.3
3	20140411	ad network	cpc	Spring Sale	dog treats	1684	52	19.35
4	20140411	ad network	cpc	Spring Sale	pet store	3187	143	76.23

2. Standa (Sklik a FB)

- a. <http://www.standajilek.cz/skripty/ke-staze-ni/import-nakladu-do-google-analytics/>

OWOX BI Data Upload

Select account:
<Account title>

Select web property:
<Web property title>

Select dataset:
<DataSet title>

[Data Import example](#)

Linked views:
Linked views are absent

Get Data to Table




▶ **Data source** Google Analytics: petr@ulab.rocks

▶ **Select views** uLab.rocks - Optimized (Mas... 

▶ **Select dates** Last month, compare to previous p...

▶ **Select metrics** Transaction revenue 

▶ **Split by** Medium 

▶ **Segment** All Users 

▶ **Filter**

▼ **Options**

- No header row
- Add note to query results showing whether Google has used sampling
- Try to avoid Google's data sampling (can slow down data fetching)
- Filter out spam referrals
- Show all time values
- Replace blank metric values with zeros
- Combine new results with old
- Format results for Google Data Studio

TIP 3: Zabezpečení Google Sheets

1. Vlastník - ideálně jeden
2. Sdílení - konkrétní uživatelé nebo doména
3. Zapnout ochranu proti kopírování

Invite people:

Enter names or email addresses...



Owner settings [Learn more](#)

- Prevent editors from changing access and adding new people
- Disable options to download, print and copy for commenters and viewers

Díky :)