

# Řízení z pohledu managera

Zralostní modely

Michal Krutiš



**Phoebe Ivča Štěpánová**

6. srpen v 10:21

Ahoj, chci se zeptat zda je způsob, jak vyloučit, aby obsahové kampani zobrazovaly na youtube? Napadl mě youtube.com v umístění, ale zatím nemám výsledky



**Filip Tabaček**

24. srpen v 8:54

ahoj,  
Spravuji jeden eshop přes rok a vnímám, že už nem  
nevidím u sebe žádné chyby a kampaně se horší. Ř  
problém? Rád by



**Pavel Urban**

7. srpen v 5:42

(google nákupy)

Zdravím lidi,

mám dotaz na google nákupy. Mám kampaně dle priorit (re  
Jedná se mi o strukturu kampaní, např. u BRAND, jestli kdy  
skupiny produktů podle brandů do jednotlivých sestav a pak  
dám do vyloučených v těch sestavách, jestli to je "správné"



**Michal Stin**

18. srpen v 8:31

Ako by ste odporúčali uvažovať o PPC reklame menej skúsenému človeku?



estavě a optim  
je to rozdelen

# Co řeším za problém u klientů

- Co máme dělat?
- Jak poznám, že to dělají správně?
- Jak poznám, že dělají správné věci?
- Nenapálí nás agentura/specialista?

# Marketingový stratég

Online marketingové komunikační strategie

Řízení PPC, SEO, e-mailing, FB, analytika

# PPC checklist

Přibližný počet výsledků: 656 000 (0,17 s)

## PPC Task Checklist | PPC Hero

<https://www.ppchero.com/ppc-task-checklist-for-account-success/> ▼ Přeložit tuto stránku

26. 3. 2018 - A **checklist** of **PPC** tasks, broken down weekly and monthly, all account managers should be doing.

## The SEMrush Checklist for Running a Successful PPC Campaign

<https://www.semrush.com> > Blog ▼ Přeložit tuto stránku

před 5 dny - This **PPC checklist** will show you which tools and reports in the SEMrush software you can use to research your keywords, study competitors, ...

## Checklist – mám připravené účty? - Zaklik.cz

[www.zaklik.cz/planovani/checklist-pripravene-ucty/](http://www.zaklik.cz/planovani/checklist-pripravene-ucty/) ▼

31. 7. 2018 - založený účet v AdWords Google Ads a Skliku,; zajištěné platby v AdWords Google Ads a Skliku,; informační e-maily z účtů přijdou (zajištěné ...

## The Easy 8-Step Checklist for PPC Audits | WordStream

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2016/.../ppc-account-audit> ▼ Přeložit tuto stránku

23. 7. 2018 - This easy, 8-step **PPC** audit **checklist** will walk you through everything you need to do to get your **pay-per-click** advertising account in tip-top ...

## PPC audit - checklist stahujte zde - Next Vision

<https://www.nextvision.cz/blog/ppc-audit-checklist/> ▼

2. 2. 2016 - **PPC** audit - **checklist** v PDF. Víte, že většina **PPC** reklamních účtů obsahuje závažné chyby? Jejich majitelé tak přichází o nemalé finanční ...

## PPC Checklist: From Zero to Profit Wielding Hero - Midas Media

<https://midasmedia.co.uk/ppc-checklist/> ▼ Přeložit tuto stránku

12. 4. 2017 - This actionable **ppc** optimisation **checklist** is directly attributed to managing an AdWords **ppc** campaign, but it's fair to say it can be applied to ...



# how to manage ppc

## How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

1. Tips for Using This Template.
2. Step 1: Understand **PPC** Campaign Structure.
3. Step 2: Identify Your Landing Pages.
4. Step 3: Build Your Keyword Strategy.
5. Step 4: Create Your Ads.
6. Step 5: Share the Completed Template With a Decision Maker.

## How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

<https://blog.hubspot.com/.../how-even-you-can-master-ppc-campaign-management-tem...>

 Informace o výsledku  Zpětná vazba

## How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

<https://blog.hubspot.com/.../how-even-you-can-master-ppc-campa...> ▼ Přeložit tuto stránku

29. 11. 2012 - **How** Even YOU Can Master **PPC** Campaign **Management** [TEMPLATE] Tips for Using This Template. Step 1: Understand **PPC** Campaign Structure. Step 2: Identify Your Landing Pages. Step 3: Build Your Keyword Strategy. Step 4: Create Your Ads. Step 5: Share the Completed Template With a Decision Maker.

## 10 golden rules to manage your PPC Campaigns - Optimize Smart

<https://www.optimizesmart.com/10-best-ways-screw-up-ppc-campa...> ▼ Přeložit tuto stránku

10 golden rules to **manage** your **PPC** Campaigns. #1. Never run **PPC** campaigns without a "great" understanding of your client's business & goals. #2. Always set your Max. #3. Setup your Adwords account with proper thought and planning. #4. Run campaigns with Conversion Tracking. #5. Smell what is selling. #6. Optimize your ...

## Pay-Per-Click Campaigns: How to Succeed in PPC | WordStream

<https://www.wordstream.com/pay-per-click-campaign> ▼ Přeložit tuto stránku

Image via Google. However, while it is important to focus on and devote sufficient time to each of these areas, successfully **managing** a **pay-per-click** campaign ...

## PPC Management Made Easy | WordStream

<https://www.wordstream.com/ppc-management> ▼ Přeložit tuto stránku

**PPC** management doesn't have to take up all your time. Learn **how** WordStream's **pay per click** **management** software can make your **workday** easier.

# Weekly PPC Tasks

## Project Performance

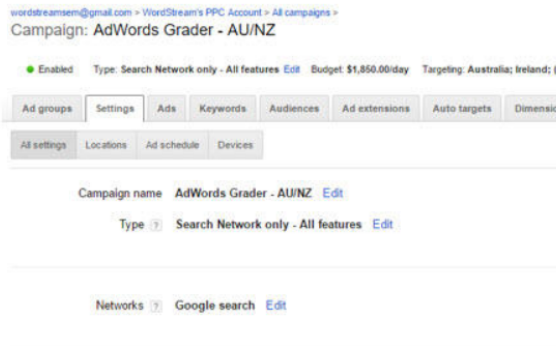
[Project the performance](#) of your account to see if you are over or under goals and adjust accordingly. The two metrics I focus on with my accounts are spend and conversions. If I am projected to be over budget, I know I have to decrease keyword bids or decrease my budgets. If I am trailing on conversions, I know I have to raise bids on keywords or shift budget away from poor performing campaigns to top performing campaigns.

## Display Network Review

Exclude placements (websites/apps/etc...) that have spent a lot of money without converting. Consider adding placements where you are performing well or converting for a high CPL, consider adding placements to bid separately. Also check to make sure your campaigns are using the correct category exclusions to help keep your ads from running on unwanted sites like sexually suggestive content, sensitive social issues, or in game placements you might find on mobile apps.

## PPC Audit Step #2: Review Targeting Settings

Setting your campaign targeting settings is a simple activity that takes five minutes, but one small misstep in this section can have a profound impact on your account performance. (You can see how some of our clients learn from our mistakes [here](#).) Dive into each of your newly-acquired campaigns to review the owner's targeting settings and ensure they make sense for the business.



## 2. Competitor Research

In order to find keywords that your website can get traffic and conversions from, you'll have to learn from your competitor's strengths and weaknesses. Competitive research should inform your keyword research and ultimately sharpen your target list. Find the gaps in your competitor's strategy and attack them with your campaign. All of this can be done within the **Domain Analytics** and **Gap Analysis** areas.

- Start with the **Advertising Competitors** report. If you currently run any AdWords campaigns, enter your domain in the search bar and receive a list of other websites that compete for the same keywords as you. If your domain has not run any AdWords campaigns before, you can use a similar website in your industry to get results.
- Enter a competitor's domain in the **Ad History** report to see the keywords that they bid on and the ads they ran over the past twelve months.
- Enter a competitor's domain in the **Ad Copies** report to see the headlines, URLs, and body copy from the past year.

## Checklist – mám připravené účty?

Kapitola: [Plánování kampaně](#)

32/92

Poslední aktualizace: 31.7.2018

Než se vůbec pustíte do přípravy a spuštění kampaní, měli byste mít v účtu nastaveno vše potřebné:

- založený účet v [AdWords Google Ads](#) a [Skliku](#),
- zajištěné [platby v AdWords Google Ads](#) a [Skliku](#),
- informační e-maily z účtů přijdou (zajištěné přesměrování),
- [propojené Google Analytics](#) s [AdWords Google Ads](#),
- zapnuté [automatické značkování odkazů v AdWords Google Ads](#) i [Skliku](#),
- nasazený [kód na měření konverzí](#) v [AdWords Google Ads](#) a v [Skliku](#),
- ověřená funkčnost měření konverzí,
- nasazený [remarketingový kód](#) z [AdWords Google Ads](#) i [Skliku](#).

## facebook ads checklist

Přibližný počet výsledků: 31 600 000 (0,42 s)

### Facebook Campaign Checklist – Successful Social Media Campaigns

<https://www.qwaya.com/facebook-ads/checklist-to-facebook-cam...> ▼ Přeložit tuto stránku

Have you planned everything before the launch your **Facebook campaign**? Go through our **checklist** to make sure you're prepared.

### 6 tips for an effective Facebook ad campaign - Whole Whale

<https://www.wholewhale.com/how-to-facebook-ads-checklist/> ▼ Přeložit tuto stránku

We've pulled together 6 of our favorite tips for running an effective Facebook ad campaign, complete with a downloadable **Facebook ads checklist**.

### The Complete Facebook Ads Checklist - 3Q Digital

<https://3qdigital.com/.../complete-faceboook-ads-checklist-list-will...> ▼ Přeložit tuto stránku

16. 7. 2014 - Alongside the growth in **campaign** numbers and budgets, the **Facebook ad** system has substantially improved in the past year, and it now offers ...

### Facebook Ads Checklist – Emily Hirsh

[www.emilyhirsh.com/facebook-ads-checklist/](http://www.emilyhirsh.com/facebook-ads-checklist/) ▼ Přeložit tuto stránku

I am guessing if you are landing here you already know the **POWER** of **Facebook ads** in your business but do you ever find yourself asking these questions?

### <sup>[PDF]</sup> Facebook Ads Checklist - Tamara Monosoff

<https://tamaramonosoff.com/.../uploads/.../Facebook-Ads-Checklis...> ▼ Přeložit tuto stránku

THE COMPLETE **FACEBOOK ADS SETUP CHECKLIST**. Setting up a new **campaign**? Use this **checklist** every time to set yourself up for **Facebook Ad** success!

### The Quick & Dirty Facebook Ads Checklist- Marigold Marketing Group

[www.marigoldmarketinggroup.com/quick-dirty-facebook-ads-ch...](http://www.marigoldmarketinggroup.com/quick-dirty-facebook-ads-ch...) ▼ Přeložit tuto stránku

1. 3. 2018 - Measure twice, cut once. It's always a good strategy. I like to apply it to **Facebook ads** because carefully checking work is especially important ...

## seo checklist

Přibližný počet výsledků: 15 700 000 (0,40 s)

### The Complete 32-Point SEO Checklist For 2018 - ClickMinded

<https://www.clickminded.com/seo-checklist/> ▼ Přeložit tuto stránku

This 2018 **SEO checklist** is designed to help you execute a comprehensive SEO audit on any webpage on any site. Once you're done, you will have clearly ...

### The Complete SEO Checklist For 2018 - Backlinko

<https://backlinko.com/seo-checklist> ▼

9. 4. 2018 - A complete step-by-step **SEO checklist** to help you rank in 2018. This expert-written guide will show you exactly how to do keyword research, ...

[SEO Basics Checklist](#) · [On-Page SEO Checklist](#) · [Technical SEO Checklist](#)

### How to Rank in 2018: The SEO Checklist - Moz

<https://moz.com/blog/rank-in-2018-seo-checklist> ▼ Přeložit tuto stránku

29. 12. 2017 - This edition of Whiteboard Friday covers a nine-point **SEO checklist** of the major items you need to cross off to rank in 2018 — and maybe get ...

### The 40-point SEO checklist for startups - Search Engine Land

<https://searchengineland.com/the-40-point-seo-checklist-for-startu...> ▼ Přeložit tuto stránku

18. 4. 2018 - Startups can't afford to miss a **SEO** trick when it comes to launching a new site, says Contributor Pratik Dholakiya. Here's a **checklist** to help ...

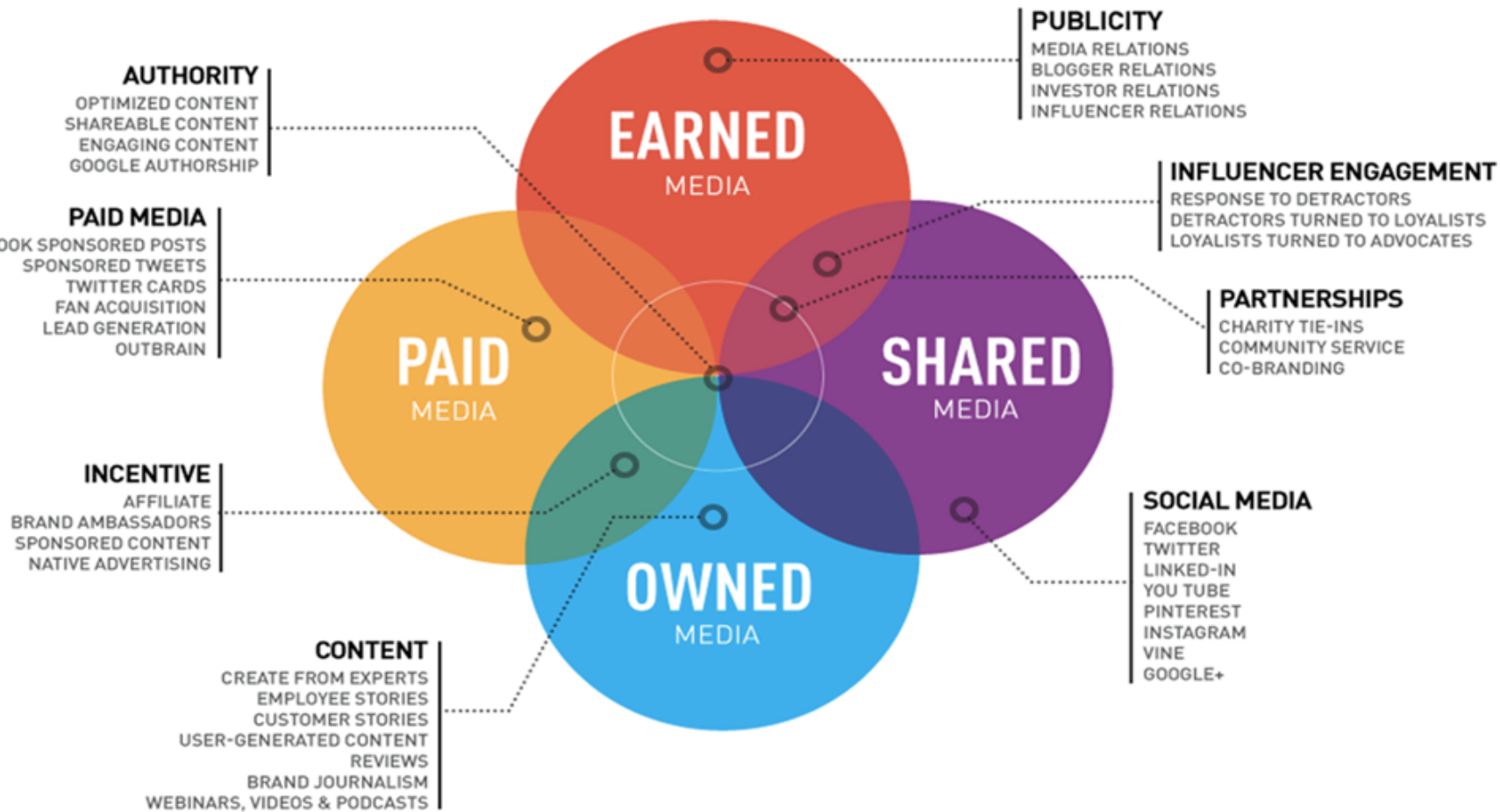
### A Complete SEO Checklist for Website Owners - Search Engine Journal

<https://www.searchenginejournal.com> › [SEO](#) ▼ Přeložit tuto stránku

19. 7. 2018 - Ready to grow your audience and increase your organic search rankings? Use this comprehensive **SEO checklist** to optimize your website.

### WordPress SEO Checklist - 45 Tips to Grow Traffic by 571% in 13 ...

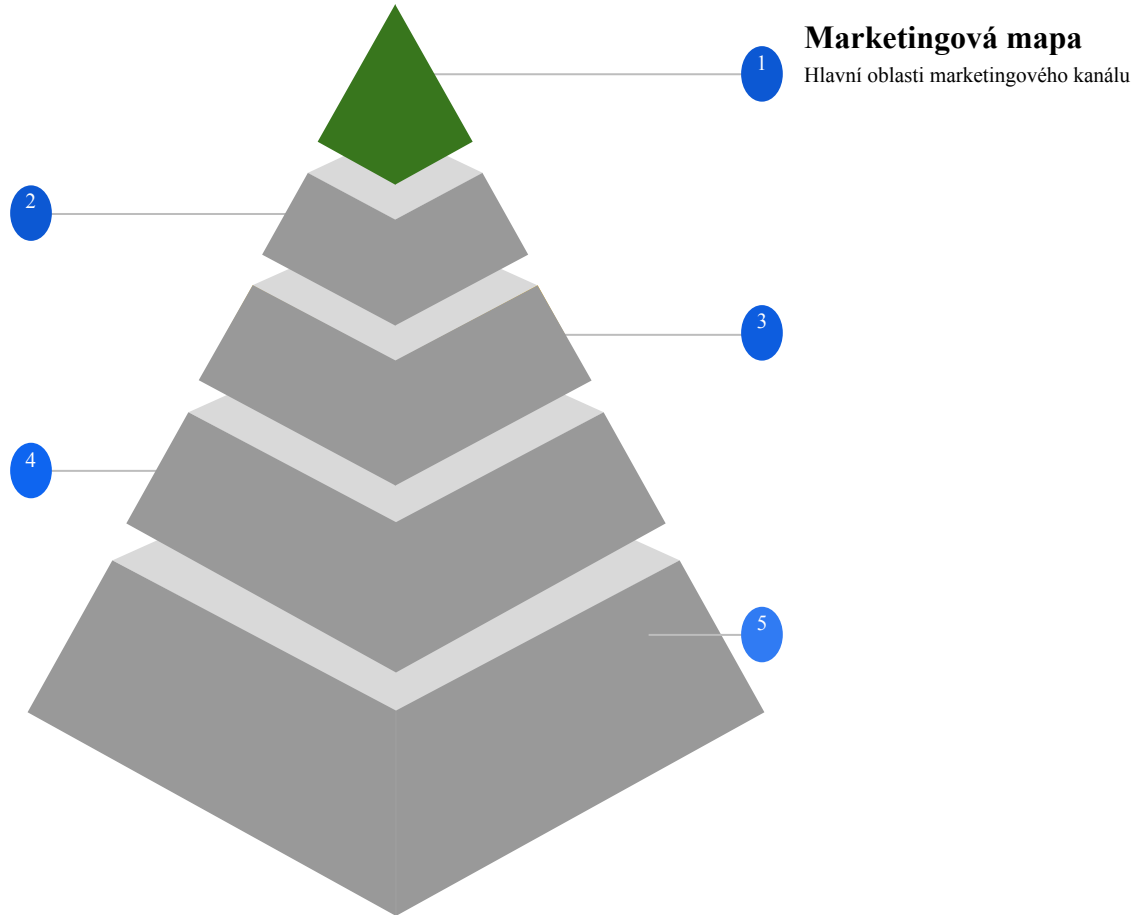
<https://kinsta.com/blog/wordpress-seo-checklist/> ▼ Přeložit tuto stránku



Zdroj: <http://iterativemarketing.net/peso-model-marketing/>



Jak uřídit (celý) marketing?



# Oblasti

## SEO

**Obsah webu**

**Optimalizace  
klíčových slov**

**Technické  
řešení webu**

**Vyhodnocování**

**Zpětné odkazy**

**Nástroje**

# Stupně zralosti (maturity)

**SEO**

[1] Nic

[2] Základy

[3] Fokus

[4] Priorita

[5] Rutina

[6] Špeky

# Kde jsme

SEO	[1] Nic	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Priorita	[5] Rutina	[6] Špeky
Obsah webu						
Optimalizace klíčových slov						
Technické řešení webu						
Vyhodnocování						
Zpětné odkazy						
Nástroje						

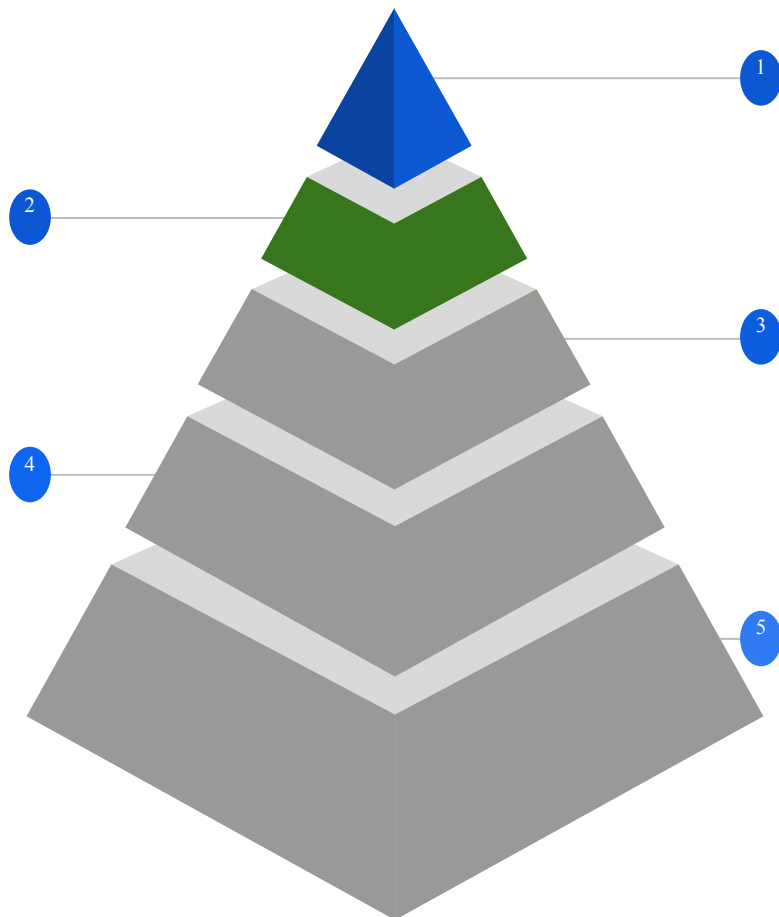
# Kde jsme

SEO	[1] Nic	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Priorita	[5] Rutina	[6] Špeky
Obsah webu	✗	✗	✗	✗	✗	
Optimalizace klíčových slov	✗	✗	✗	✗	✗	
Technické řešení webu	✗	✗				
Vyhodnocování	✗	✗	✗			
Zpětné odkazy	✗					
Nástroje	✗	✗	✗			

# SEO: Marketingová mapa: 6 hlavních oblastí

SEO	[1] Nic	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Priorita	[5] Rutina	[6] Špeky
<b>Obsah MM</b>		Základní úprava obsahu dle hledaných frází	Obohacení textů o CTA, unikátnost obsahu webu	Podrobná analýza klíčových slov a tvorba nového obsahu	Lokální SEO, dlouhé texty včetně širokého záběru tématu	Optimalizace všech typů obsahu a spolupráce s UX
<b>Optimalizace klíčových slov</b>	Stránky mají title a h1	Optimalizovány hlavní texty	Široká optimalizace obsahu webu		Úzká spolupráce s PPC	
<b>Technické řešení webu</b>	Většina webu je indexovatelná vyhledávači	přesměrování, responzivní web	Řešena rychlost webu, schema	Canonical, sitemapy, rychlost webu	Automatizované nástroje na zachytávání chyb	Analýza logů
<b>Vyhodnocování</b>		Nepravidelné sledování návštěvnost a pozice slov	konverze, typ zařízení	Měřeny stovky slov a stránek a jejich posuny	Benchmark s konkurencí	SEO jako součást celého marketingu
<b>Zpětné odkazy</b>		Vloženy odkazy na partnerské weby a články	Analýza odkazů konkurentů, texty pro média	Unikátní obsah s cílem získat velkou pozornost	Pokročilé PR taktiky a čisté odkazový profil	
<b>Nástroje</b>	Měříme v Google Analytics	Nástroj na návrhy klíčových slov	Sledování pozic v Collabim/Marketing Miner, Použití GSC	Ahrefs	Kibana, nahrávání návštěvnosti	Gephi/Graphviz

**Široká marketingová mapa**  
Marketingové kanály ve skupinách úkolů



**Marketingová mapa**  
Hlavní oblasti marketingového kanálu





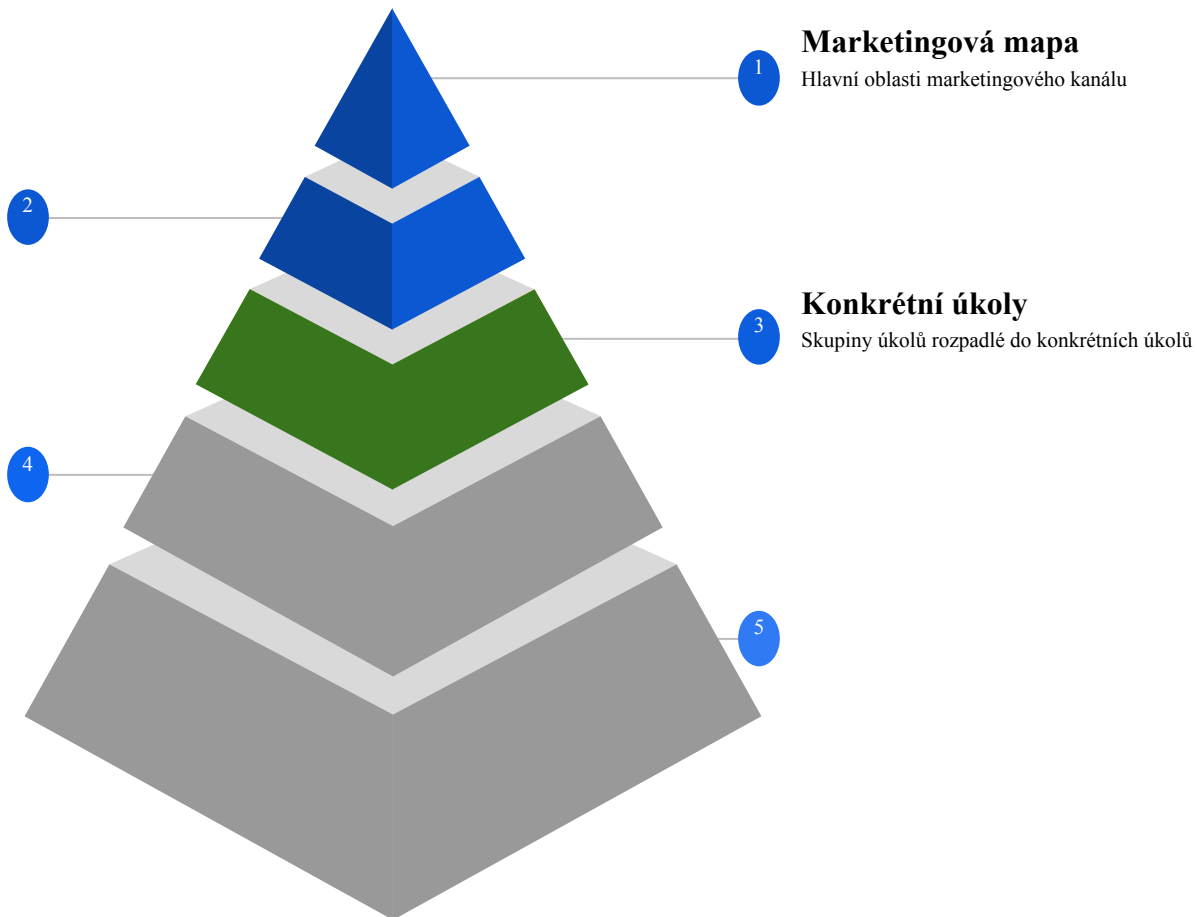
# Jedna oblast a jeho témata SEO: Indexace

SEO	Téma	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]
Indexace	Indexovatelnost webu			texty nejsou obsaženy ve Frames, Flash / indexace bez použití cookies a JavaScriptu/	negenerujeme texty pomocí JS / kontrola načtení stránek bez CSS a JS a revize vykreslení důležitých stránek Googlem v GSC	mobilní web obsahuje jen hlavní obsah stránky / zákaz indexace nedůležitých stránek z filtrace /	analýza zaindexování přes GSC a analýzu logů
Indexace	Robots.txt a noindex	existuje robots.txt	robots.txt zakazuje neveřejné části webu	nezakazují se soubory JS a CSS a obrázky	správně kombinujeme robots.txt s meta robots noindex	zakazování špatných Botů / optimalizace vytížení serveru omezením frekvence návštěvy robotů / optimalizace crawl budgetu	
Indexace	Sitemap		vytvořena sitemap a vložena do robots.txt a GSC	sitemap obsahuje atributy: priority, lastmod, changefreq	sitemap obsahuje všechny chtěné indexovatelné stránky a neobsahuje stránky s kódy 3XX, 4XX, 5XX, canonical, parametry	sitemapy rozdělené přes sitemap index podle: typu stránky, obrázky, videa, zprávy / sitemap pro stránky z filtrace	
Indexace	Status kódy 3XX, 4XX, 5XX	stránky přesměrovávají přes 301 na unikátní verzi URL (s https://www a lomítkem na konci)	staré URL se přesměrovávají přes 301 / chybová stránka not found nemá kod 200	produktové stránky vyřazených produktů nemají 404, ale 200 / neodkazujeme na 3XX a 4XX stránky / duplicitní stránky přesměrované přes 301 /	základní analýza logů	automatické zachytávání a alert na 300 a 400 přes nástroj	pokročilá analýza logů
Indexace	Velikost indexovaného webu		kontrola velikosti webu přes site: / GSC - velikost indexu	počet vstupních stránek v Google Analytics / web neobsahuje duplicitní stránky		kontrola skutečně zaindexovaných stránek	

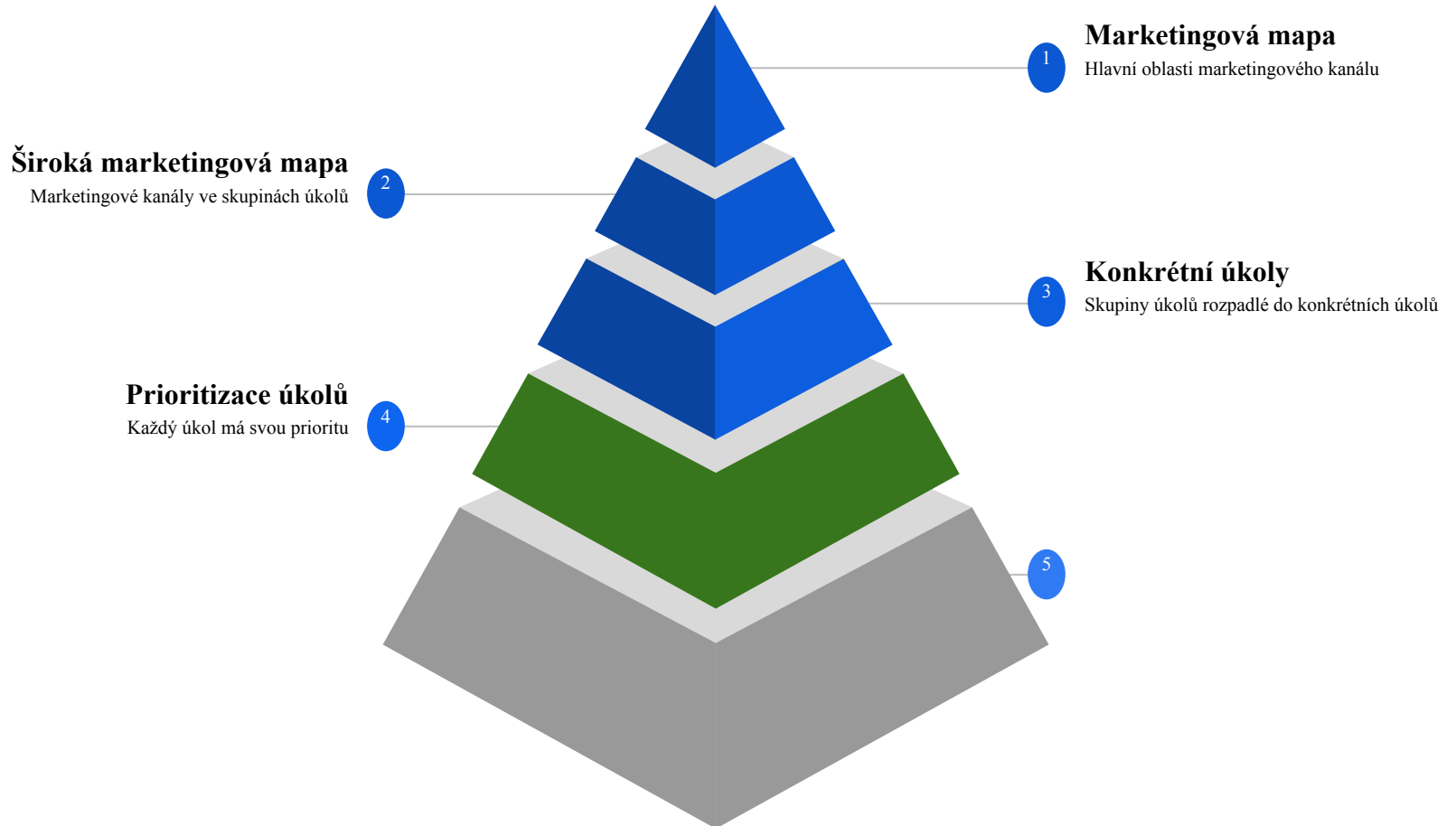
1. Indexovatelnost webu
2. Sitemap
3. Velikost indexovaného webu
4. Status kódy 3XX, 4XX, 5XX
5. Robots.txt a noindex

		texty nejsou obsaženy ve Frames, Flash / indexace bez použití cookies a JavaScriptu/
	vytvořena sitemap a vložena do robots.txt a GSC	sitemap obsahuje atributy: priority, lastmod, changefreq
	kontrola velikosti webu přes site: / GSC - velikost indexu	počet vstupních stránek v Google Analytics / web neobsahuje duplicitní stránky
presměrovávají přes tí verzi URL (s a lomítkem na	staré URL se přesměrovávají přes 301 / chybová stránka not found nemá kod 200	produktové stránky vyřazených produktů nemají 404, ale 200 / neodkazujeme na 3XX a 4XX stránky / duplicitní stránky přesměrované přes 301 /

**Široká marketingová mapa**  
Marketingové kanály ve skupinách úkolů







# SEO: Téma Indexovatelnost: Konkrétní úkoly

## Indexovatelnost webu

1.

2.

3.

**Texty nejsou obsaženy ve Frames**

Texty nejsou obsaženy ve Frames, Flash

Web lze projít bez použití cookies

Odkazy nejsou generovány přes JavaScript

4.

**Texty bez JS / kontrola načtení stránek bez CSS a JS a revize vykreslení důležitých stránek Googlem v GSC**

Texty nejsou generovány JavaScriptem

Stránka má informační hodnotu bez načtených JavaScriptů a kaskádových stylů

Kontrola vykreslení hlavních stránek v nástroji v Google Search Console

5.

**Mobilní web obsahuje jen hlavní obsah stránky / zákaz indexace nedůležitých stránek z filtrace /**

Mobilní web obsahuje jen hlavní obsah stránky

Zákaz indexace nedůležitých stránek z filtrace

6.

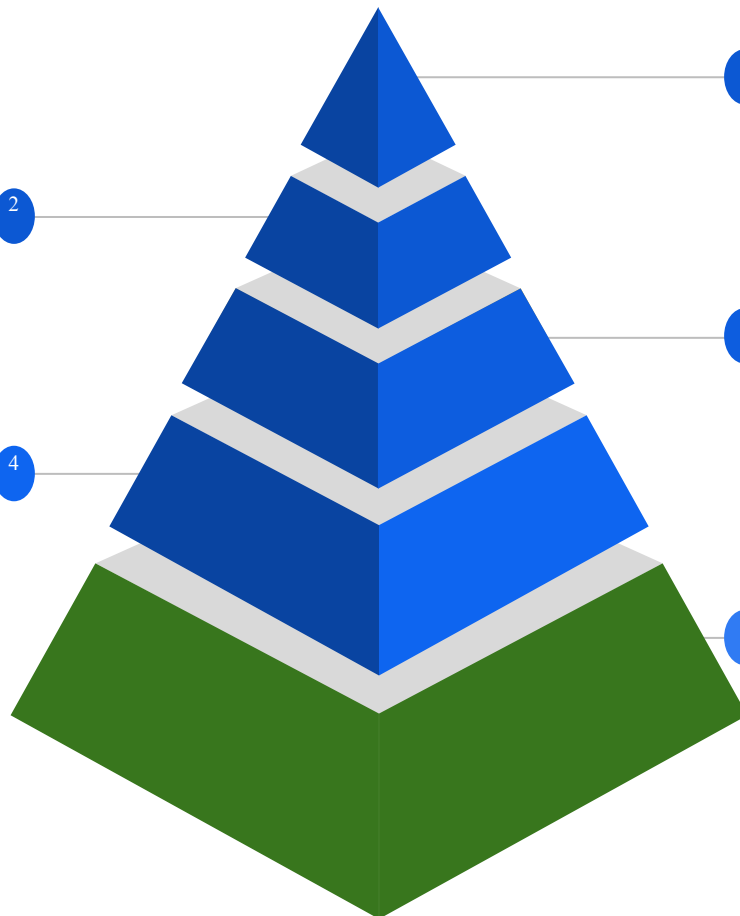
**Analýza zaindexování přes GSC a analýzu logů**

Analýza zaindexování přes GSC

Analýzu skutečně zaindexovaných stránek ze server logů

**Široká marketingová mapa**  
Marketingové kanály ve skupinách úkolů

**Prioritizace úkolů**  
Každý úkol má svou prioritu



**1 Marketingová mapa**  
Hlavní oblasti marketingového kanálu

**3 Konkrétní úkoly**  
Skupiny úkolů rozpadlé do konkrétních úkolů

**5 Stav dokončení úkolu**  
Každý úkol má svůj stav dokončení

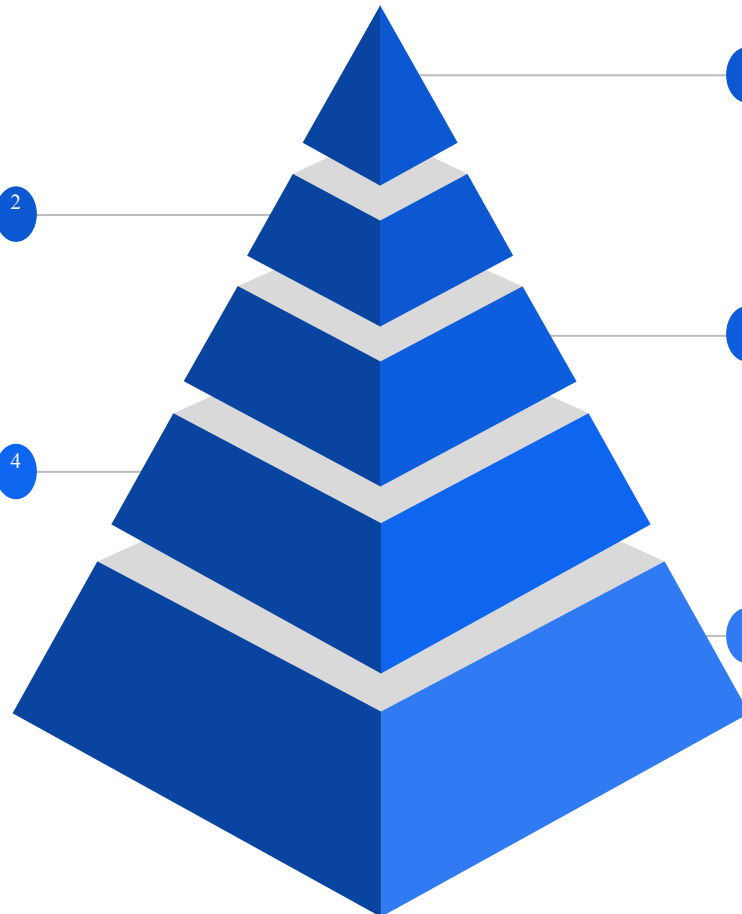


# Úkoly dle priorit a stav plnění

		Náročnost	Přínos	Priorita	Makáme	Dokončeno
<b>Indexovatelnost webu</b>						
1.						
2.						
3.	<b>Texty nejsou obsaženy ve Frames</b>			23		
	Texty nejsou obsaženy ve Frames, Flash	1	3	8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Web lze projít bez použití cookies	1	3	8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Odkazy nejsou generovány přes JavaScript	2	3	7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	<b>Texty bez JS / kontrola načtení stránek bez CSS a JS a revize vykreslení důležitých stránek Googlem v GSC</b>			17		
	Texty nejsou generovány JavaScriptem	1	3	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Stránka má informační hodnotu bez načtených JavaScriptů a kaskádových stylů	2	2	4	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Kontrola vykreslení hlavních stránek v nástroji v Google Search Console	1	2	5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	<b>Mobilní web obsahuje jen hlavní obsah stránky / zákaz indexace nedůležitých stránek z filtrace /</b>			13		
	Mobilní web obsahuje jen hlavní obsah stránky	3	3	6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Zákaz indexace nedůležitých stránek z filtrace	2	3	7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	<b>Analýza zaindexování přes GSC a analýzu logů</b>			7		
	Analýza zaindexování přes GSC	3	2	3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Analýzu skutečně zaindexovaných stránek ze server logů	2	2	4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Široká marketingová mapa**  
Marketingové kanály ve skupinách úkolů

**Prioritizace úkolů**  
Každý úkol má svou prioritu



**1 Marketingová mapa**  
Hlavní oblasti marketingového kanálu

**3 Konkrétní úkoly**  
Skupiny úkolů rozpadlé do konkrétních úkolů

**5 Stav dokončení úkolu**  
Každý úkol má svůj stav dokončení

# Mapa PPC

PPC	1	2	3	4	5	6
Získávání KW	Základní sada KW	Rychlá analýza vyhledávacích výrazů	Klasifikační analýza klíčových slov	Pravidelná kontrola reportu Vyhledávací dotazy	Pravidelně rozšiřování DB KW z jiných zdrojů	
PLA kampaně			Základní nasazení	Základní optimalizace	Bloomarty nebo jiný framework	Vlastní struktura
Produktové kampaně		Ručně na vytipované produkty	Základní automat	Pokročilý automat	Pokročilý automat s trendy a sezónností	
Obsahová síť		Automatizované cílení	Základní cílení	Pokročilé cílení		
Automatizace			Automatická pravidla v systémech	Základní scripty	Pokročilé scripty	API
Struktura účtu		Rozdělení typů sítí	Pokročilé rozdělení kampaní	Hacky do názvu kampaní + Štítky	Sjednocené vyhodnocování	
Kvalita inzerátů		Rozšíření	Texty inzerátů	A/B testy inzerátů	Machine Learning	
Optimalizace kampaní		Den, čas, region, zařízení	Optimalizace SQ pro LP - relevance	SQ vše	Pravidelná optimalizace	Sezonnost
Cenová optimalizace		CPC	eCPC	PNO / ROAS	CPA	
Optimalizace rozpočtu		Nedochází prachy	Neomezují se kampaně kvůli rozpočtu, Sdílený rozpočet	Optimalizace celého mark. rozpočtu		
Měření		Základní měření	Pokročilé měření	Pokročilé měření s přesahem		
Reportování	Nahodilá vizuální kontrola účtů	Pravidelné statické izolované reporty	Spojené marketingové on-line reporty do celé firmy		On-line BUSINESS reporty do celé firmy	
Vyhodnocování	Nákladové	Nákladové s přihlédnutím na kvalitu	Výkon	Dlouhodobé Business Hodnoty		
KPI	Útrata za PPC	Základní KPI kvality	Návratnost investic, zisk	Kvalita zákazníků		Podíl na trhu
Propojení		Základní GA + Ads + WMT	Merchanat center + Google Ads	Propojení s interním IS		
Synergie s ostatními	Záklaní se zadavatelem	Základní s teamem	Pokročilá s teamem a zadavatelem	Velmi pokročilá se zadavatelem a teamem - kompaktní team		

# Klíčová slova

## Získávání KW

### 1. Základní sada KW

- // od klienta
- // struktura webu (menu)

### 2. Analýza výhledávacích výrazů

- // Struktura a provázanost výrazů
- // Našeptávače Sklik, AdWords
- // Report - Marketing Miner

### 3. Klasifikační Analýza klíčových slov

- // Klasifikace vyhledávacích dotazů

### 4. Pravidelně z vyhledávacích dotazů PPC

- // Pravidelný proces z PPC

### 5. Pravidelné rozšiřování DB KW

- // Proces z dotazů na podporu
- // Proces z dotazů na prodejně
- // Proces z KW z organicu
- // Proces doplňování z jiných oddělení

# Kvalita a optimalizace účtu

## Struktura účtu

### 2. Rozdělení obsahové a vyhledávací sítě.

✔✔ Ano, rozdělujeme.

### 3. Pokročilé rozdělení kampaní

✔ Dle typu zařízení

✔ Dle typu kampaně (brand, produkt, kategorie)

✔ Dle lokálního cílení

### 4. Hacky v názvech + Štítky

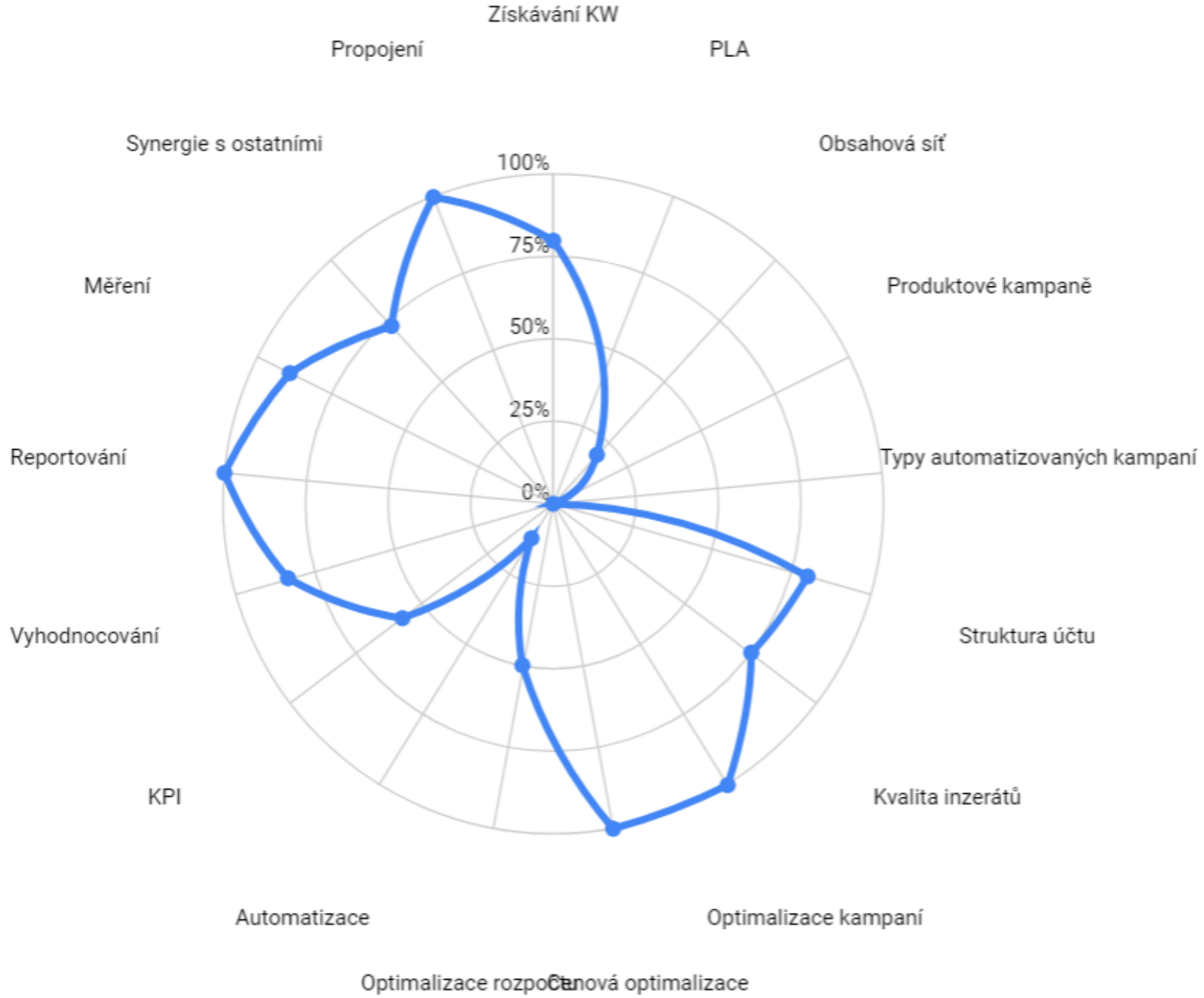
✔✔ Hacky v názvech pro lepší vyhodnocování

✔✔ Štítky pro vyhodnocování

✔✔ Shlukujeme k vyhodnocování (dle CPA, cílů)

### 5. Sjednocené vyhodnocování

✔✔ Sjednocené vyhodnocování skrz ostatní kanály (akce)



# Proč je to důležité řešit

Exponenciální prohlubování komplikovanosti marketingových kanálů

Obrovský růst zdrojů znalostí

Chybějící nástroje pro uřízení marketingu



# Marketingové mapy

Michal Krutiš

[michal@krutis.com](mailto:michal@krutis.com)

777099885

@krutis

<https://www.krutis.com/video/>