

# Google nákupy + Smart bidding



[Klaudie@igloonet.cz](mailto:Klaudie@igloonet.cz)

Proč není eCPC správný směr?

## eCPC

- vhodné pro omezený rozpočet
- když máme málo konverzí
- chceme manuálně omezovat nabídky cpc

## tROAS

- je třeba neomezený rozpočet
- potřebujeme měření konverzí
- potřebujeme aspoň 50 konverzí za 30 dní

	Zobrazení	Prokliky	CTR	CPC	Cena	Konverze	IS	PNO
tROAS	762667	9622	1,26%	9,49 Kč	91 328,19 Kč	291	44,31 %	stené
eCPC	338747	5376	1,59%	5,51 Kč	29 601,99 Kč	114	39,33 %	stejně

- tROAS maximalizuje čerpání rozpočtu
- kupodivu funguje i na malá data
- šetří práci a je flexibilní
- nemusíte se bát ani maximalizace kliknutí (s rozumným CPC si často umí zachovat PNO)

# Manifest za Bloomartyho

# Kdy má smysl?

## Rozdílné výkony a přístupy k dotazům

- obecným dotazům povolit nižší ROAS
- naopak na konkrétní být přísní
- je potřeba hodně dat
- můžeme použít i rozdílné bidovací automaty

Kampaň

👁️ PLA\_Značky + obecný výraz - sudá

👁️ PLA\_Ostatní - sudá

👁️ PLA\_Produkty - sudá

Prokliky	↓ Zobr.	CTR	Prům. CPC	Cena/konv.	PN0
30 941	2 852 258	1,08 %	7,08 Kč	349,42 Kč	14,48 %
20 352	1 639 440	1,24 %	4,30 Kč	315,38 Kč	13,92 %
3 785	208 697	1,81 %	6,93 Kč	245,27 Kč	12,42 %

Nastavením strategie práce nekončí



# Vylučování produktů dle Liduš - díky ti za to :)

<http://www.lidasvitalkova.cz/optimalizace-nakupu-google-na-urovni-produktu/>

System i přes automaty některé produkty nadbidovává - rozpad dle ID produktu

● Skupina produktů	Max. CPC	Zobr.	Kliknutí	↓ Cena	Prům. CPC	Srovnání max. CPC	MP	Srovnání CTR	Rozdíl srovnávacích cen produktů	Podíl zobr. ve Vyhledávací síti	Konverze	Hodnota konv. / cena	Cena/konv.
● 104812	Vyloučeno	24 220	744	5 212,45 Kč	7,01 Kč	-	3,07 %	-	-	79,74 %	0,00	0,00	0,00 Kč

cena tohoto produktu je 20 000 Kč  
dle KP už měla konverze proběhnout, PNO už by bylo vysoké



Nákupy neukazují cenu produktu a nechce se mi počítat:

●	Skupina produktů ↓	Max. CPC
●	^ Všechny produkty	-
●	∨ Vše ostatní v Všechny produkty	-
●	∨ 928-1142	-
●	714-928	Automatické
●	∨ 571-714	-
●	∨ 428-571	-
●	^ 214-428	-
●	Vše ostatní v 214-428	Automatické
⊖	t0092	Vyloučeno
⊖	t0019	Vyloučeno
●	8648	Automatické

1. Určení rozmezí akceptovatelné CPA
  - a. dle stanoveného PNO
  - b. dle marže
2. Vložení rozmezí do vlastního štítku
3. Rozpad produktů v kampani dle štítků
4. Vylučování produktů s vysokou cenou/CPA

Smart kampaně neumí rozpad dle ID.  
Lze vložit ID do vlastního štítku a podle štítku už lze vylučovat ze smart kampaní.

Přístup vylučování produktů lze využít i ke zkvalitnění návštěvnosti. A to u produktů s nízkým CTR - pro srovnání lze využít vlastní celkové CTR nebo sloupec srovnání CTR.

Prům. CPC	Srovnání max. CPC	MP	Srovnání CTR	Rozdíl srovnávacích cen produktů	Podíl zobr. ve Vyhledávací síti
7,16 Kč	5,79 Kč	1,23 %	1,63 %	+1,44 %	68,36 %