



Jakub Kašparů

Měření kvality poptávek

PPC kampaní v praxi

Co si řekneme

TCPA

Problémy u TCPA a
TROAS v případě
optimalizace na poptávky

Menší klient

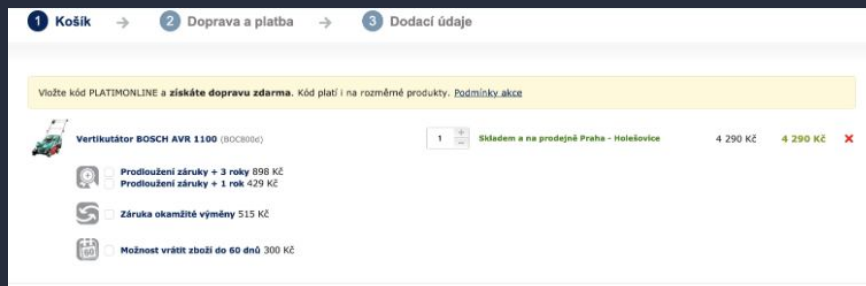
Jak řešit kvalitu leadů
u malého klienta

Startup

Řešení pro
mezinárodní startupy

TCPA U SLUŽEB

Jak správně řešit automatický
bidding u poptávkových / B2B
webů.



Ecommerce

Zákazník dělá vše včetně storna online.
Mohu to jednoduše sledovat. Když je lepší klient, v PPC to vidím dle hodnoty.

Úvěrová kalkulačka

Není úvěr jako úvěr. Spočítejte si v úvěrové kalkulačce, která půjčka se vám vyplatí a která vás přijde zbytečně drahá.

Účet půjčky

Půjčka na cokoliv

Kolik chcete půjčit?

100 000 Kč

Jak dlouho chcete splácet?

60 měsíců

Naše jsme pro vás 17 nabídek se splátkou od 1 796 Kč

E-mail

Telefonní číslo

+420

Ukázat srovnání

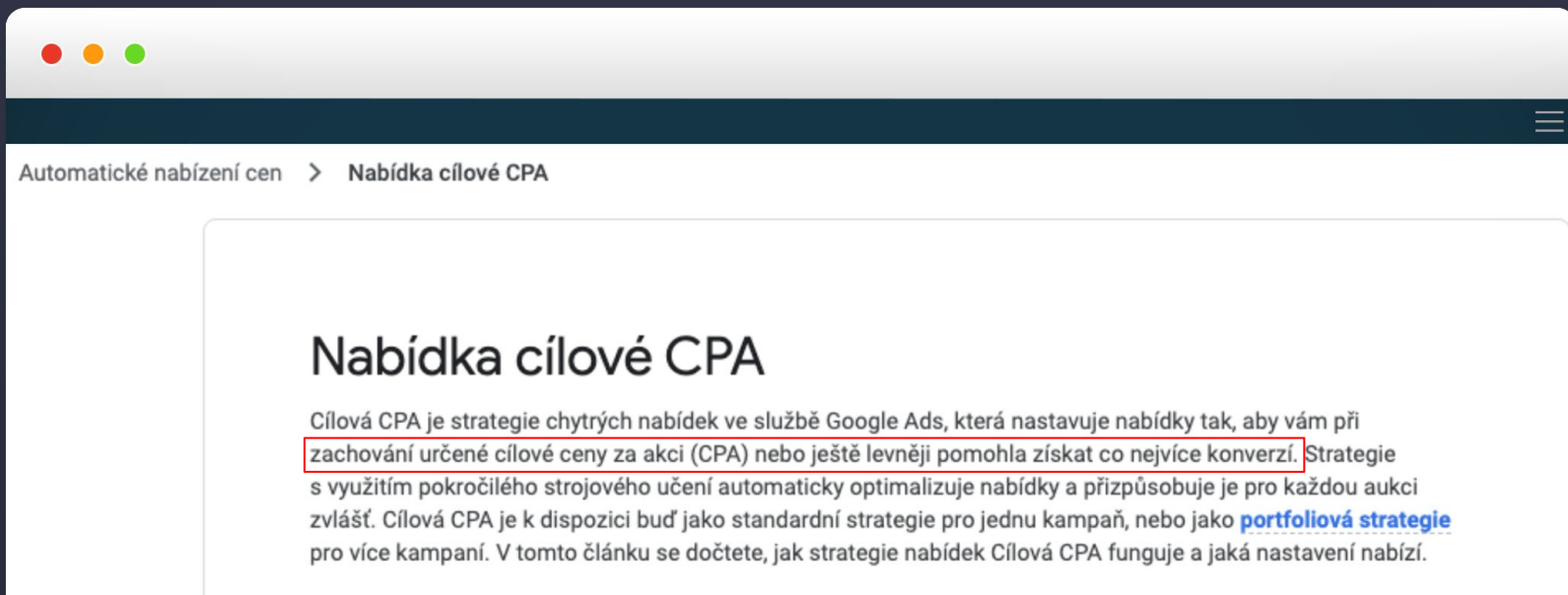
Zpět

zabezpečení SSL certifikátem

Poptávky

Obchod je offline nebo později mimo web. Většina poptávek nedopadne. Nevím hodnotu ani kvalitu v základu.

Definice dle Google



Automatické nabízení cen > Nabídka cílové CPA

Nabídka cílové CPA

Cílová CPA je strategie chytrých nabídek ve službě Google Ads, která nastavuje nabídky tak, aby vám při zachování určené cílové ceny za akci (CPA) nebo ještě levněji pomohla získat co nejvíce konverzí. Strategie s využitím pokročilého strojového učení automaticky optimalizuje nabídky a přizpůsobuje je pro každou aukci zvlášť. Cílová CPA je k dispozici buď jako standardní strategie pro jednu kampaň, nebo jako [portfoliová strategie](#) pro více kampaní. V tomto článku se dočtete, jak strategie nabídek Cílová CPA funguje a jaká nastavení nabízí.



Asvathama Ponnada

Bydlím v Indii, mám nejlevnější mobil a nemám PC. Na mobilu hraju spoustu kravin s Google reklamou nebo brouzdám na indickém webu o cizích problémech.



Rich As Fuck

Čtu jen weby, co mají zlaté rámečky, bydlím v NY. Denně hledám, jak utratit peníze za věci, který nepotřebuju. Google to ví, protože má moje data o kreditce.



CPC - 0,1\$

Asvathama Ponnada

Bydlím v Indii, mám nejlevnější mobil a nemám PC. Na mobilu hraju spoustu kravin s Google reklamou nebo brouzdám na indickém webu o cizích problémech.



CPC - 5\$

Rich As Fuck

Čtu jen weby, co mají zlaté rámečky, bydlím v NY. Denně hledám, jak utratit peníze za věci, který nepotřebuju. Google to ví, protože má moje data o kreditce.

Google nebude v TCPA(konverze lead) rozlišovat mezi dobrou a špatnou poptávkou sám od sebe. Bude se snažit doručit co nejvíce poptávek v jakékoliv kvalitě. A není to jeho chyba, ale Vaše.

[Ve světě to jde ještě dál](#)

How to Find & Eliminate 90%+ of Click Fraud in the Google Display Network



Larry Kim

Last updated: June 10, 2019

How Fake Sites Pull Off Click Fraud

Here's how these sites work: First, they employ bots to visit your site, so that they can trigger your remarketing ads. Next, the operators of these sites don't just click on your ads, they also employ people and/or bots fill out your landing pages, to generate fake conversions.

Why on earth would a bot go through the trouble to register a fake conversion on your site?

It's because Google's automated bid algorithms allocate even more traffic to these fake sites, if it believes that they are high performers (thank you, [machine learning](#)!!).

It's a vicious cycle.

What can be done?

Problém není v automatickém biddingu, ale ve způsobu analytiky na cenu poptávky a ne na cenu a hodnotu obchodu. Google ani ML za to nemůže, PPC specialista je vinen :)

Proč je to problém

Země	Cena leadu
Indie	4 \$
USA	30 \$
Canada	20 \$

Proč je to problém

Země	Cena leadu	Konv. poměr obchodu	Cena za obchod
Indie	4 \$	2%	200 \$
USA	30 \$	20 %	150 \$
Canada	20 \$	15 %	133 \$

Proč je to problém

Země	Cena leadu	Konv. poměr obchodu	Cena za obchod	AOV	Marže
Indie	4 \$	2%	200 \$	50 \$	-150 \$
USA	30 \$	20 %	150 \$	300 \$	150 \$
Canada	20 \$	15 %	133 \$	150 \$	17 \$

Jak bude vypadat u TCA Impression share

Země	Cena leadu	Konv. poměr obchodu	Cena za obchod	AOV	Marže	IS
Indie	4 \$	2%	200 \$	50 \$	-150 \$	80 %
USA	30 \$	20 %	150 \$	300 \$	150 \$	20 %
Canada	20 \$	15 %	133 \$	150 \$	17 \$	30 %

Kvalita leadů u malého klienta

Jak řešit toto u poptávkového webu
na wordpressu za 100 000 Kč a
klienta, který má 2 zaměstnance.

Představení klienta

Co dělá: Poskytuje leasingové služby pro B2B a B2C.

Objem: Měsíčně zpracuje 200 - 500 leadů / cca 20 obchodů.

Web: Cena cca 100 000 Kč / Wordpress.

Obchodů: 20 ks

Cena v PPC: 60 000 Kč.

Zbytečně utraceno: 54 000 Kč.

*Nikdy se nepovede udělat 10 poptávek a 10 obchodů,
cílem je zvýšit poměr obchodů. Odstranit / snížit
nekvalitní leady a napálet kvalitní zdroje.*

Jak začít s kvalitou leadů bez dat v GA?

Export faktur z účetnictví - napojení na Google Ads

Datum	Marže	Město / kraj
.....	20 000 Kč	Praha
.....	5 000 Kč	Brno
.....	8 000 Kč	Kotěhůlky

<input type="checkbox"/> Oblast	↓ Cena
<input type="checkbox"/> Hlavní město Praha, Česko	52 073,78 Kč
<input type="checkbox"/> Středočeský kraj, Česko	32 054,32 Kč
<input type="checkbox"/> Moravskoslezský kraj, Česko	29 064,33 Kč
<input type="checkbox"/> Jihomoravský kraj, Česko	28 166,09 Kč
<input type="checkbox"/> Jihočeský kraj, Česko	16 374,43 Kč
<input type="checkbox"/> Ústecký kraj, Česko	16 094,90 Kč
<input type="checkbox"/> Plzeňský kraj, Česko	15 069,86 Kč
<input type="checkbox"/> Zlínský kraj, Česko	13 444,15 Kč
<input type="checkbox"/> Královéhradecký kraj, Česko	13 276,56 Kč
<input type="checkbox"/> Olomoucký kraj, Česko	12 549,81 Kč

Pozor na lokalitu uživatele / firmy. Neberte pouze to, co je v ARESU, ale také kde mají kanceláře... Spousta firem si jen hraje na to, že jsou pražáci (třeba Lynt, Marketing Miner atd..)

Zjistili jsme, že spousta míst (třeba Ostrava) stála mraky peněz a za 2 roky tam nebyl obchod. Klient tam ale prý strašně rád jezdí a nemáme to vypínat...

Jaký je proces

200
Poptávka

130
Je kvalitní?

100
Dodání
podkladů

50
Schválení

20
Obchody

Jak tedy měřit kvalitu leadů a obchody?

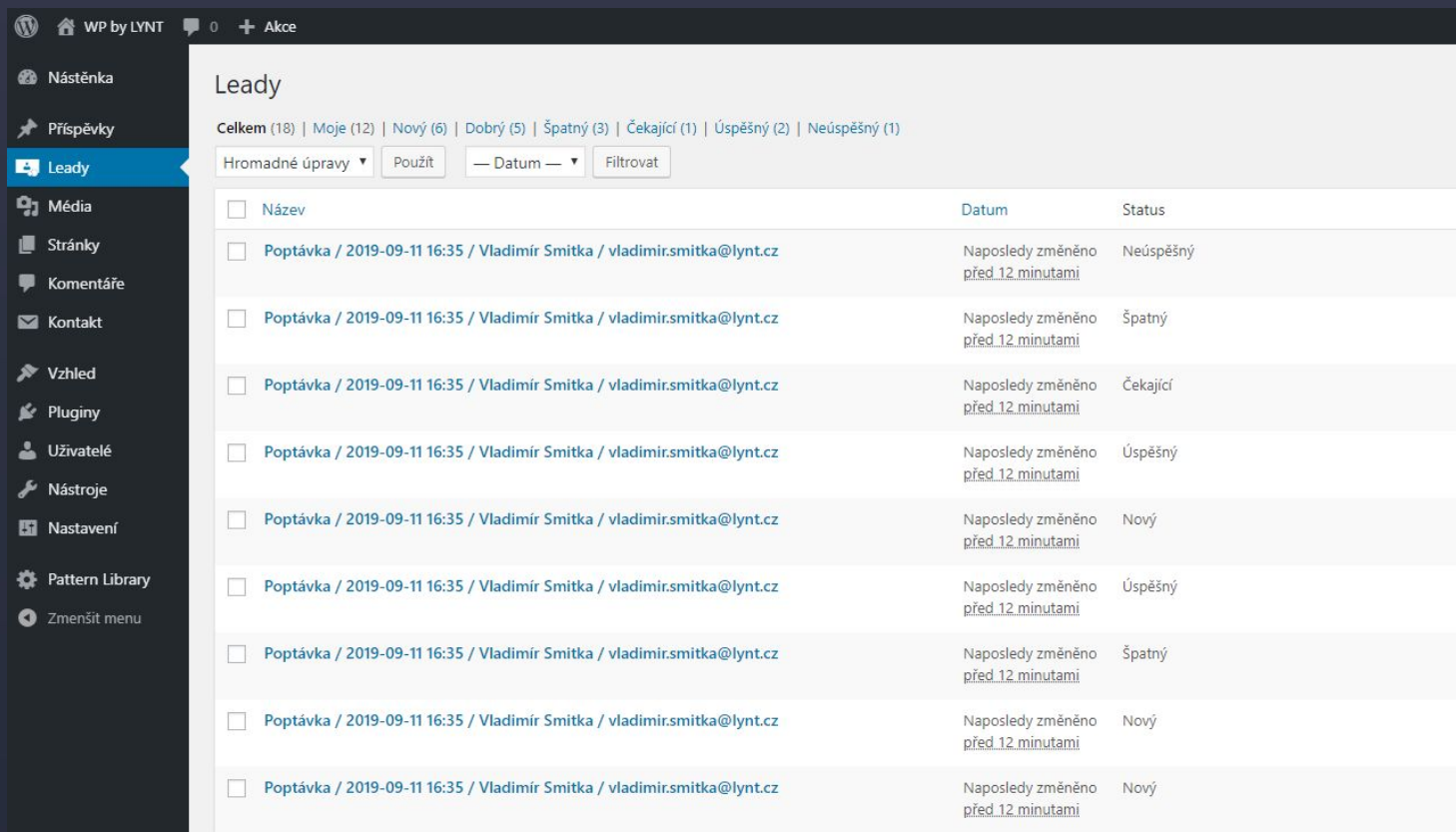
Krok č. 1: Client ID

Kód, který uloží Client ID k poptávce

```
$ga_id = empty($_COOKIE['_ga'])?":preg_replace('/^GA\d+\.\d+\.\d+\.\d+$/', '11',  
$_COOKIE['_ga']);
```

Krok č. 2: Evidujeme poptávky ve WP

Evidence leadů ve WP



WP by LYNT 0 Akce

- Nástěnka
- Příspěvky
- Leady**
- Média
- Stránky
- Komentáře
- Kontakt
- Vzhled
- Pluginy
- Uživatelé
- Nástroje
- Nastavení
- Pattern Library
- Zmenšit menu

Leady

Celkem (18) | Moje (12) | Nový (6) | Dobrý (5) | Špatný (3) | Čekající (1) | Úspěšný (2) | Neúspěšný (1)

Hromadné úpravy Použít — Datum — Filtrovat

<input type="checkbox"/>	Název	Datum	Status
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Neúspěšný
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Špatný
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Čekající
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Úspěšný
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Nový
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Úspěšný
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Špatný
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Nový
<input type="checkbox"/>	Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz	Naposledy změněno před 12 minutami	Nový

Evidence leadů ve WP

WP by LYNT 0 Akce Přihlášený uživatel: smitka

Nástěnka Příspěvky **Leady** Média Stránky Komentáře Kontakt Vzhled Pluginy Uživatelé Nástroje Nastavení Zmenšit menu

Upravit lead

Poptávka / 2019-09-11 16:35 / Vladimír Smitka / vladimir.smitka@lynt.cz

Informace o leadu

Lead #57

Status: Nový

jmeno	Vladimír Smitka
email	vladimir.smitka@lynt.cz
predmet	Nastavení GA
zprava	Dobrý den, měl bych zájem o vaše služby.
post_id	2
ip_address	95.85.255.58
ga_id	1147377257.1564639721

Stav leadu

Dobrý lead

Špatný lead

Evidence leadů ve WP

Stav leadu ▲

Úspěšný lead

Zisk:

5000 ▲▼

Čekající lead

Neúspěšný lead

Co když nemáte WP? Google Sheets a skript

Evidence v GS

Můžu si udělat vlastní hodnotu na základě IF

```
=IF(D2="Ano";200)+IF(E2="Financování";100)+IF(G2="V řešení";200;0)
```

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Datum poptávky	Jméno klienta	Client ID	Firma	Typ	Kdo řeší	Stav	Lead Quality	Obchod	Lead Quality send	Purchase send
21.5.2019	adasdasdsa		Ano	Financování		Obchod	300		Ano	Ano
22.5.2019	adasdsadasdasd		Ano	Financování		V řešení	500			
22.5.2019	adasdadsad		Ne	Financování		V řešení	300		Ano	Ano
22.5.2019	asdasdsadsadasd		Ano	Financování		V řešení	500			

Napíšu jednoduchý App skript, který to pošle do GA

Proč posílám pouze kvalitu leadů na začátku?



*V účtu máme 10 000 aktivních kw X zařízení X lokality +
Display kampaně. 10-20 obchodů na začátku nestačí
na vyhodnocení.*

Krok č. 3: Poslání kvality do Google Analytics

Poslání leadu do GA

```
untitled
a$response = wp_remote_post( 'https://www.google-analytics.com/collect', array(
    'timeout' => 15,
    'body' => array(
        'v' => 1,
        't' => 'event',
        'tid' => $GA_ACCOUNT,
        'cid' => $GA_ID,
        'ec' => 'Lynt Lead',
        'ea' => $LEAD_STATUS
        'el' => $LEAD_ID,
        'ev' => $LEAD_VALUE,
    ),
);
```

Jak to vidím v GA

Google Ads kvalita leadů

	Poptávka celkem (Splnění cíle 6) [?] ↓	Špatný lead (Splnění cíle 8) [?]	Dobry lead (Splnění cíle 9) [?]	Dobry lead (Konverzní poměr cíle 9) [?]	Cena [?]	Špatný lead (Konverzní poměr cíle 8) [?]
1. Špatný lead (Splnění cíle 6)	47 (11,33 %)	18 (16,67 %)	7 (20,00 %)	0,14 %	19 718,04 Kč (20,00 %)	0,35 %
2. Špatný lead (Splnění cíle 6)	35 (20,00 %)	20 (14,29 %)	8 (20,00 %)	0,75 %	7 686,25 Kč (14,29 %)	1,89 %
3. Špatný lead (Splnění cíle 6)	25 (16,67 %)	18 (16,67 %)	2 (2,00 %)	0,16 %	7 332,14 Kč (11,43 %)	1,48 %
4. Špatný lead (Splnění cíle 6)	14 (2,00 %)	7 (5,00 %)	3 (11,25 %)	0,28 %	3 745,76 Kč (2,00 %)	0,65 %
5. Špatný lead (Splnění cíle 6)	9 (2,00 %)	18 (16,67 %)	4 (11,25 %)	0,92 %	5 999,10 Kč (16,67 %)	4,16 %
6. Špatný lead (Splnění cíle 6)	6 (2,00 %)	8 (2,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	6 408,08 Kč (10,00 %)	0,45 %
7. Špatný lead (Splnění cíle 6)	5 (2,00 %)	1 (0,00 %)	1 (2,00 %)	0,24 %	2 834,16 Kč (4,00 %)	0,24 %
8. Špatný lead (Splnění cíle 6)	4 (2,67 %)	2 (2,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	141,20 Kč (2,00 %)	7,41 %
9. Špatný lead (Splnění cíle 6)	3 (2,00 %)	11 (10,00 %)	1 (2,00 %)	0,32 %	2 835,95 Kč (4,00 %)	3,47 %
10. Špatný lead (Splnění cíle 6)	1 (0,67 %)	1 (0,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	1 089,38 Kč (1,00 %)	0,45 %

Jak to vidím v GA

Mobily dělají
lepší leady :P

Google Ads kvalita leadů

rozšířený

Kategorie zařízení ?	Poptávka celkem (Splnění cíle 6) ? ↓	Špatný lead (Splnění cíle 8) ?	Dobry lead (Splnění cíle 9) ?	Dobry lead (Konverzní poměr cíle 9) ?	Cena ?	Špatný lead (Konverzní poměr cíle 8) ?
1. desktop	103 (68,67 %)	74 (68,72 %)	15 (57,69 %)	0,20 %	46 902,00 Kč (44,91 %)	0,98 %
2. mobile	43 (28,67 %)	29 (28,89 %)	10 (38,46 %)	0,26 %	16 902,71 Kč (46,27 %)	0,75 %
3. tablet	4 (2,67 %)	5 (4,63 %)	1 (3,85 %)	0,18 %	2 992,00 Kč (4,81 %)	0,91 %

*Kvalitu poptávek vidím pro všechny zdroje (Sklik),
lokality, zařízení, hodiny apod.*

*Jak všichni víme, cíle se dají poměrně dobře importovat
do Google Ads.*

Bacha na atribuci

Remarketing bude vypadat,
jako top kvalitní zdroj

	Poptávka celkem (Splnění cíle 6) ?	Špatný lead (Splnění cíle 8) ?	Dobry lead (Splnění cíle 9) ?	Dobry lead (Konverzní poměr cíle 9) ?	Cena ?	Špatný lead (Konverzní poměr cíle 8) ?
1. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	47 (11,29 %)	18 (16,67 %)	7 (26,67 %)	0,14 %	19 718,04 Kč (20,60 %)	0,35 %
2. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	35 (20,59 %)	20 (16,67 %)	8 (26,67 %)	0,75 %	7 686,25 Kč (10,60 %)	1,89 %
3. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	25 (16,67 %)	18 (16,67 %)	2 (7,00 %)	0,16 %	7 332,14 Kč (10,60 %)	1,48 %
4. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	14 (8,82 %)	7 (8,89 %)	3 (11,11 %)	0,28 %	3 745,76 Kč (8,89 %)	0,65 %
5. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	9 (5,88 %)	18 (16,67 %)	4 (15,28 %)	0,92 %	5 999,10 Kč (20,57 %)	4,16 %
6. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	6 (3,89 %)	8 (11,11 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	6 408,08 Kč (10,60 %)	0,45 %
7. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	5 (3,06 %)	1 (3,33 %)	1 (3,33 %)	0,24 %	2 834,16 Kč (4,89 %)	0,24 %
8. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	4 (2,47 %)	2 (2,22 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	141,20 Kč (0,24 %)	7,41 %
9. MBA - školení / školení podniků a malých zápisů	3 (1,89 %)	11 (16,67 %)	1 (3,33 %)	0,32 %	2 835,95 Kč (4,89 %)	3,47 %
10. MBA	1 (0,67 %)	1 (3,33 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	1 089,38 Kč (1,89 %)	0,45 %

Řešením je first click atribuce v GA, [Milan Merglevský](#), časem Google Attribution

Krok č. 4: Posílání marže z obchodů

Posílání zisku

Stav leadu ▲

Úspěšný lead

Zisk:

5000

Čekající lead

Neúspěšný lead

Optimalizujte na hodnotu více konverzí

Nyní klidně TROAS

Akce	Hodnota	Poznámka
Poptávka	100 Kč	Průměrně mě stojí 300 Kč
Kvalitní lead	400 Kč	Odměna za to, že lead je ok
Dodal podklady	200 Kč	Klient poslal, co má
Schválení banky	500 Kč	Banka ho chce :-*
Obchod	{Hodnota - předchozí akce}	Odečtu ze zisku předchozí

Výsledky u klienta

Výsledky pro firmu

Co	o kolik	Úspora / Zisk
Náklady PPC	- 50 %	+50 000 Kč +
Obrat firmy	+ 30 %	
Úspora 1 člověka		+30 000 Kč - 50 000 Kč

Nyní stabilizujeme firmu, větší investice a růst až pak :)

Mezinárodní startup

Inzerujeme po celém světě

Local
grapher

Home Destinations Find the Best Localgrapher How It Works Reviews Pricing Gift Cards Blog Business hello@localgrapher.com +1 8777408591

Local Photographers & Videographers for Your Vacation, Proposal or Just a Great Day!

in 800+ destinations around the globe

Q Where do you want to have your shoot?

Find your desired location > Choose the best Localgrapher > Request a shooting in few clicks > We will arrange your shooting for you

Find the best Localgrapher

Proces

Co

Přijde poptávka

Komunikace s klientem

Komunikace s fotografem jestli může

Nabídka

Platba

V Indii potřebujeme 30 poptávek a 2 lidi full time na obchod. V USA stačí 5 poptávek a support není potřeba.

Proč je to zajímavé

Každá země má jinou úspěšnost do obchodu

Každá země / kampaň má jinou AOV

Je tam možný i upsell, takže můžeme poslat klidně i 3 obchody

Checklist, co udělat

Co	Náročnost
Sbírat Client ID	1 hodina
Mít někde malé CRM	3-5 hodin práce
Klient to musí plnit	Někdy nemožné :P
Posílání dat do GA	10 minut
Optimalizovat podle toho	



PPC Robot

Měření kvality poptávek

PPC kampaní v praxi

Děkuji za vaši pozornost.

Ten správný čas pro dotazy je právě teď.

@JKasparu | Lynt Services s.r.o.