


21. 2. 2020

BIDDING NA ZISK

Karel Rujzl



**JAK SPUSTIT
BIDDING NA ZISK A
NEZBLÁZNIT SE...**

JÁ TY ROASY ASI ZAS VYPNU!

UDĚLEJ SI MEZI KÁZÁNÍMA O KONCI PPCČKAŘŮ ČAS A PORADĚ

JAK JSEM TEDY POSTUPOVAL



VLASTNÍ SLOUPCE

↓ Cena	Hodnota konverze	Čistý zisk	Zisk	PNO	Konverze	ROAS
---------------	------------------	------------	------	-----	----------	------

PNO A OB RAT ZŮSTÁVAJÍ STÁLE JAKO SEKUNDÁRNÍ METRIKY

DATASTUDIO

Datum ▲	Cena	Tržby za produkt	Zisk	Čistý zi...	PNO	ROAS	ROAS Zisk
1. 7. 2019		Kč	Kč			%	9
2. 7. 2019		Kč	Kč			2 %	2
3. 7. 2019		Kč	Kč			1 %	2
4. 7. 2019		Kč	Kč			1 %	1
5. 7. 2019		Kč	Kč			%	4
6. 7. 2019		Kč	Kč	č		%	1
7. 7. 2019		Kč	Kč			%	1
8. 7. 2019		Kč	Kč			%	5
9. 7. 2019		Kč	Kč			1 %	3
10. 7. 2019		Kč	Kč			2 %	2
11. 7. 2019		Kč	Kč			2 %	7
12. 7. 2019		Kč	Kč			2 %	2

NASTAVENÍ A PŘEPNUTÍ KONVERZÍ

Akce konverze	Zdroj	Kategorie	Stav měření	Počet	Doba sledování konverzí	Zahrnout do sloupce Konverze
Objednávka	Webová stránka	Nákup	<u>Zaznamenávají se konverze.</u>	Každá	30	Ne
Objednávka - zisk	Analytics	Nákup	<u>Zaznamenávají se konverze.</u>	Každá	30	Ano



ČÍSLA

TABULKA S VÝPOČTEM ROAS

PNO	ROAS	PNO	ROAS
13	769	5	2000
		10	1000
		15	667
		20	500
		25	400
		30	333
		35	286
		40	250
		45	222
		50	200
		55	182
		60	167
		65	154
		70	143
		75	133
		80	125
		85	118
		90	111
		95	105
		100	100

ČÍSLA

Čistý zisk	Zisk	PNO	↓	PNO Obrat	Konverze	ROAS Zisk
4 591,42	18 891,34	75,70 %		21,57 %	61,03	132,11
565,40	4 554,51	87,59 %		20,24 %	13,38	114,17
-1 206,88	291,08	514,61 %		20,07 %	5,05	19,43

GO!



STARTOVNÍ PODMÍNKY

- měl jsem data o zisku aspoň měsíc
- spuštěno mimo sezonu
- měl jsem čas to hlídat
- u klienta byli připraveni na nejhorší

1. PŘÍPAD - TOTAL PUNK



STARTOVNÍ PODMÍNKY

- zůstaly stávající naučené strategie tROAS
- noSMART věci, řízeny podobně přes ziskovost

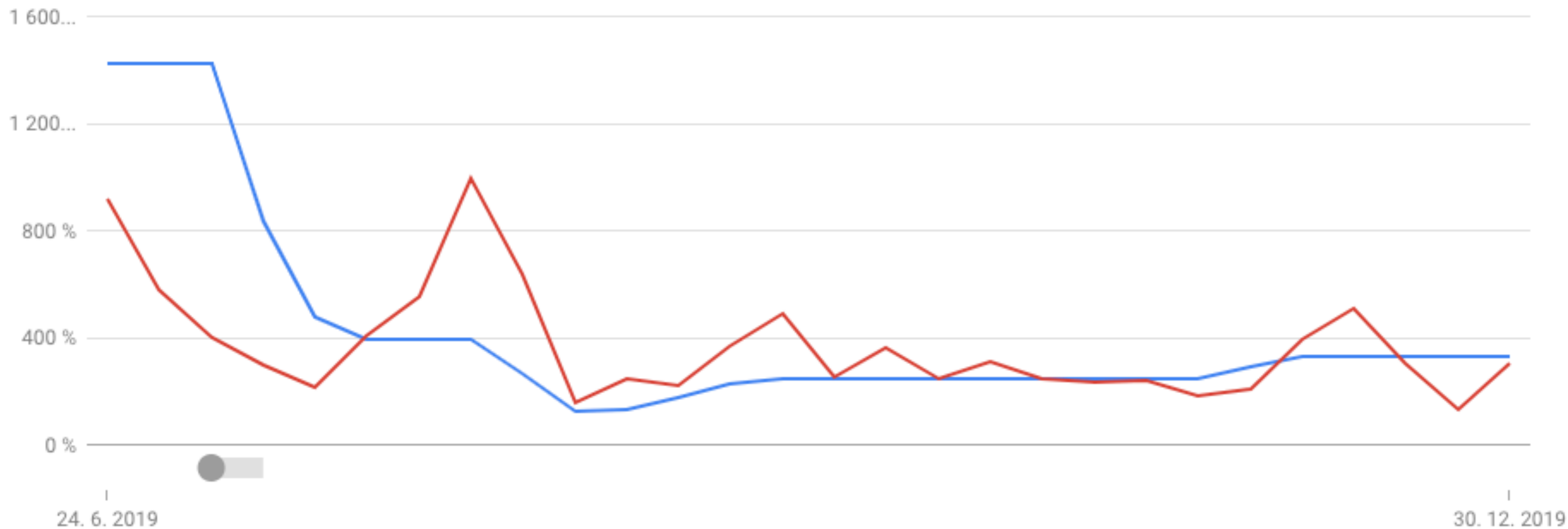
CO JSEM ŘEŠIL

- výkon strategií na denní bázi
- zásahy do strategie i poměrně ostré
- po cca měsíci a půl až moc utažená ziskovost
- úprava vah pro search
- vyhodnocení ziskovosti v externím nástroji

CO SE DĚLO

— Průměrná cílová návratnost investic do reklamy (ROAS) ▼

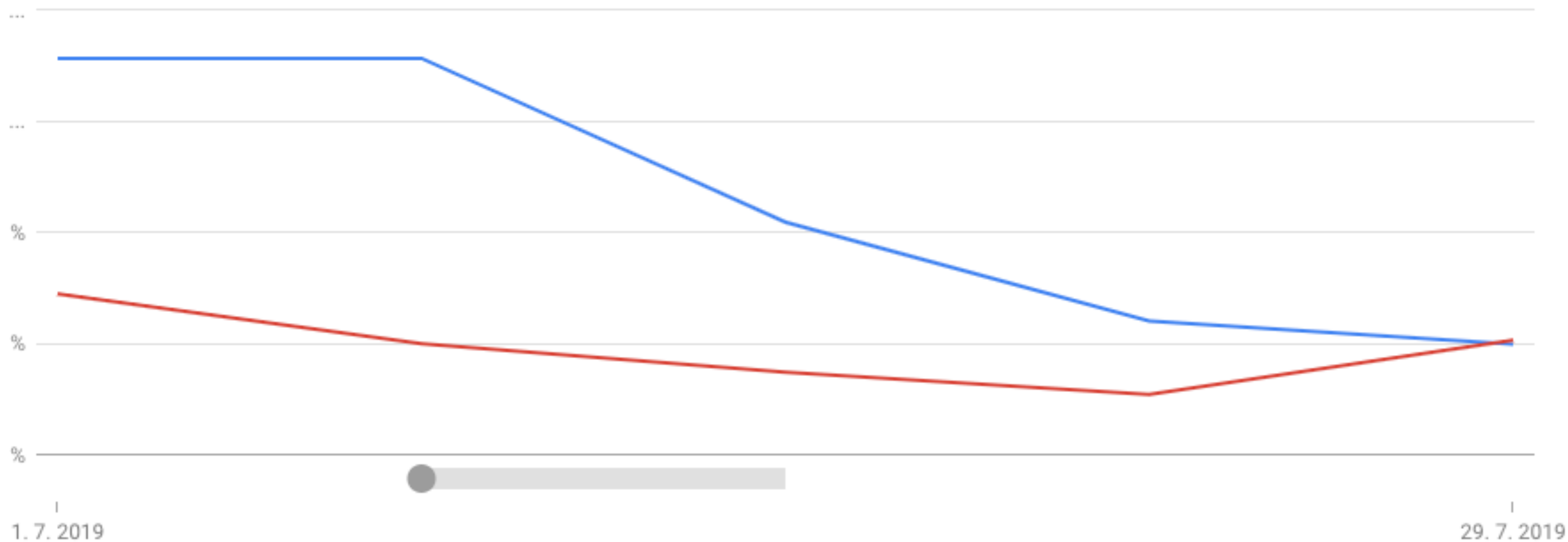
— Skutečná návratnost investic do reklamy (ROAS) ▼



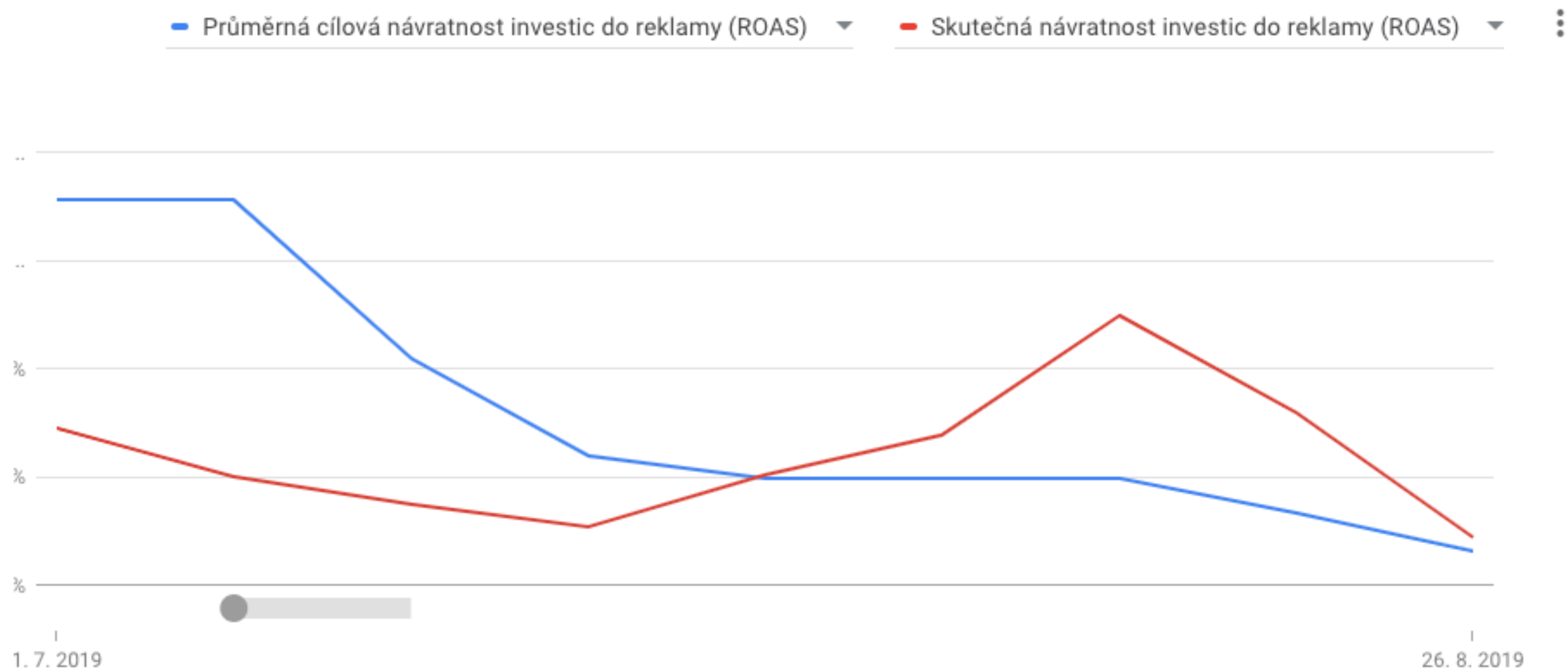
CO SE DĚLO

— Průměrná cílová návratnost investic do reklamy (ROAS) ▼

— Skutečná návratnost investic do reklamy (ROAS) ▼



CO SE DĚLO



2. PŘÍPAD - KDYŽ SE CHCEŠ VYSPAT

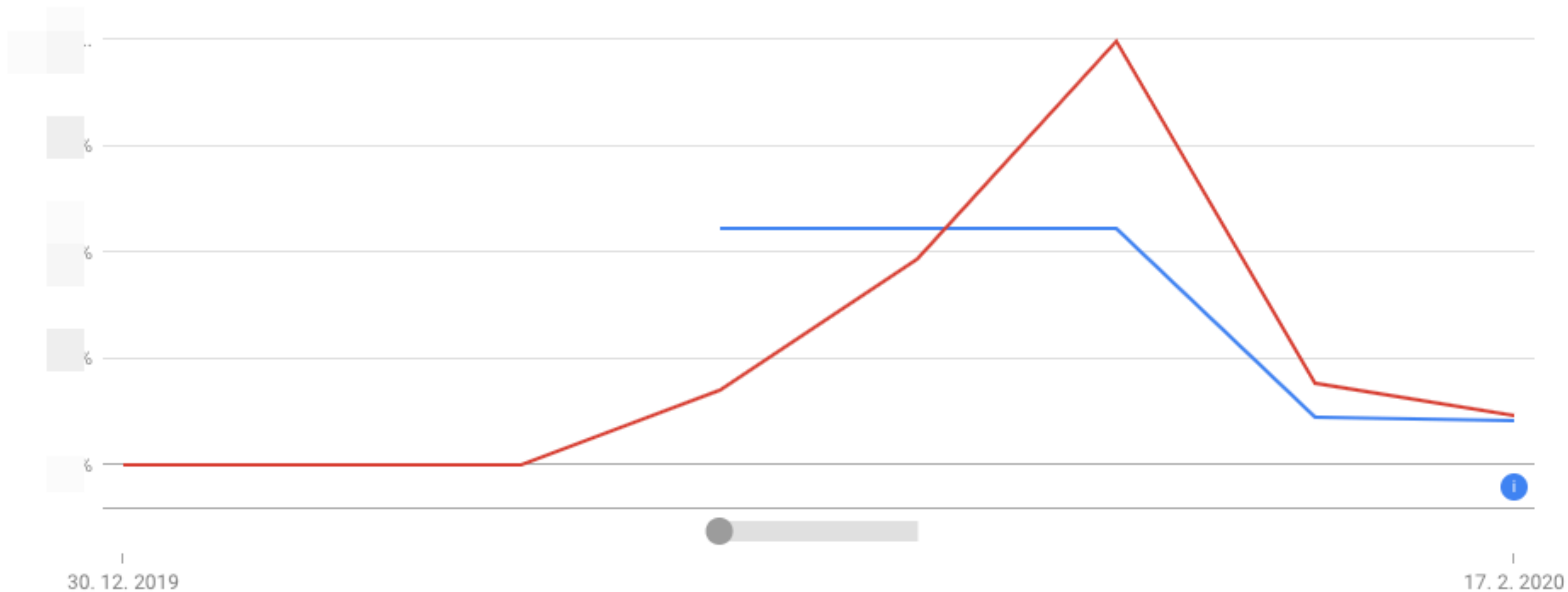
STARTOVNÍ PODMÍNKY

- **kampaně, přehozené a utlumené zpět na eCPC**
- **kompletní vypnutí naučených SMART**

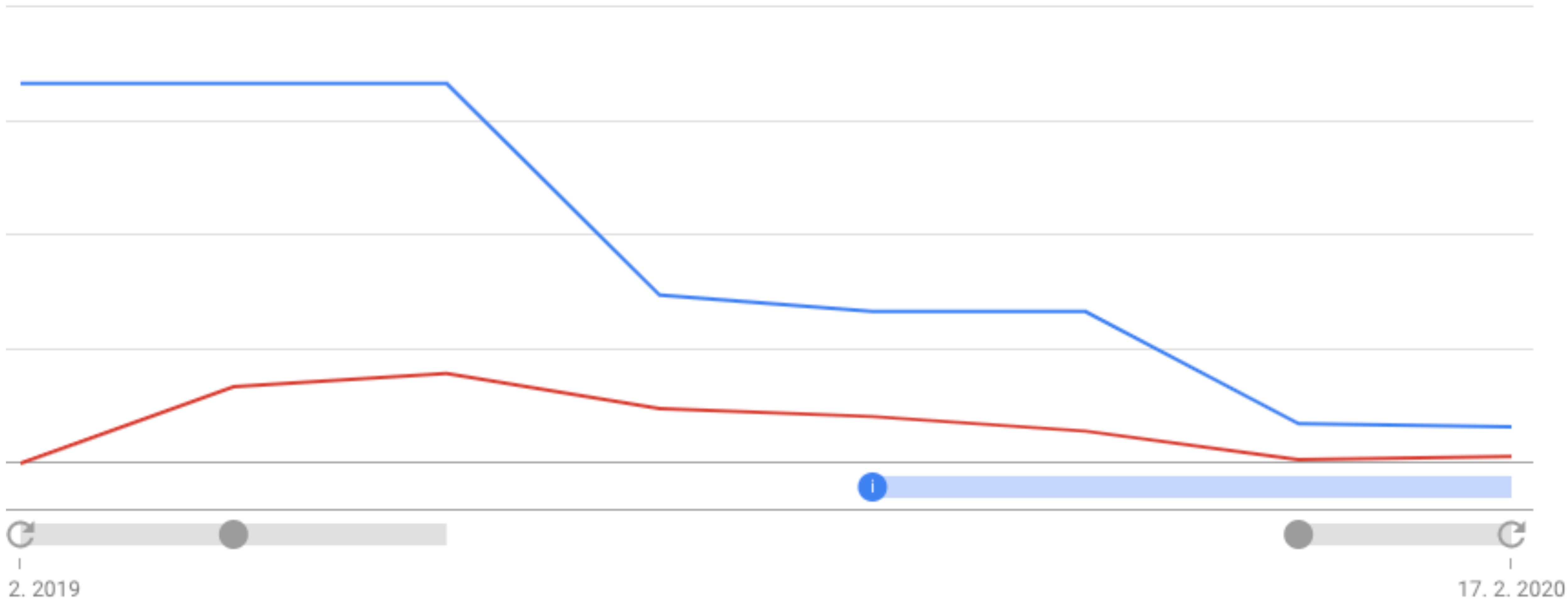
CO JSEM ŘEŠIL

- účet kompletně pod SMART
- špatně odhadnutý bid (nechtělo se mi stavět Bloomartyho)
- po 14 dnech jsem nevydržel s nervy
- nasazení nové strategie
- subjektivně větší nestabilita
- již jsem si víc troufal a ziskovost osolil(au)

CO SE DĚLO



JEŠTĚ TO NENÍ ONO (DSA)



2. 2019

17. 2. 2020

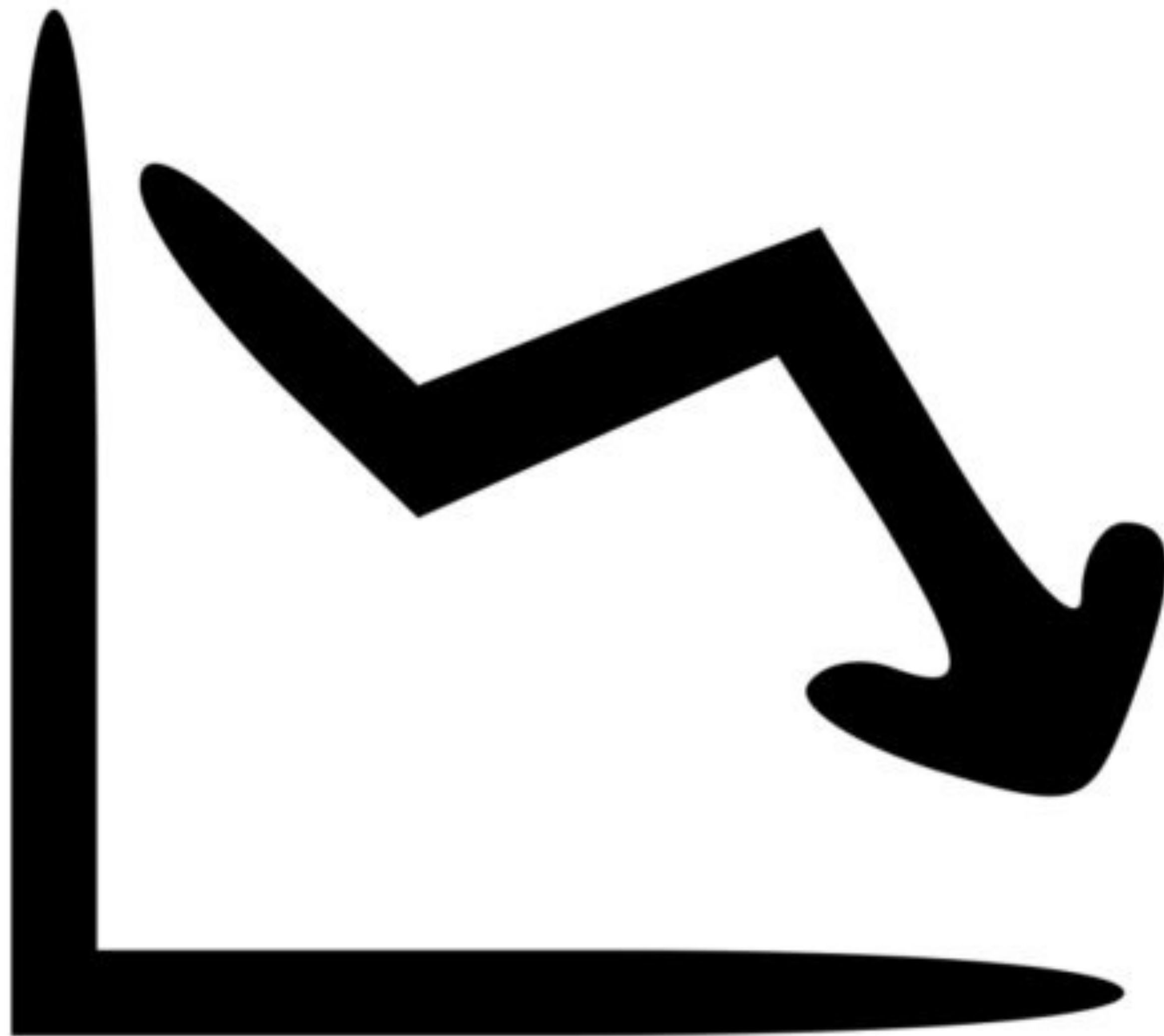
ROSTOUCÍ GRAFY NA KONEC



PNO



ÚTRATA



OBRAT



ZISKOVOST



NAD ČÍM NYNÍ PŘEMÝŠLÍM



CO DÁL?

- **implementace do Skliku**
- **změnila se skladba produktů?**
- **jaká je správná ziskovost?**
- **kde má ziskovost hranici?**
- **složitější implementace (zadní marže atd)**
- **podrobnější data v GA a spolehlivost dat**

DĚKUJI ZA POZORNOST



karel@rujzl.cz



www.rujzl.cz



[@kaix](https://twitter.com/kaix)