



# Hříchy brandové online reklamy

Letní PPC camp 2021

1

# Zmatení pojmů

Různé nástroje = různé metodiky měření



# Brandové metriky - víte, co měří?

**SKLIK.cz**

Win rate	Noví uživatelé	Frekvence zobrazení Ø	Unikátní uživatelé
11,15 %	11 369	-	-
16,85 %	6 712	-	-

# Unikátní uživatelé



## Z NÁPOVĚDY SKLIK

Tato metrika udává tzv. absolutní zásah, tedy kolik bylo ve zvoleném období celkem osloveno uživatelů.

Při výběru jednoho dne – zobrazí počet unikátně oslovených uživatelů za daný den.

Při výběru období od začátku kampaně – zobrazí celkový počet unikátně oslovených uživatelů za celý běh kampaně.

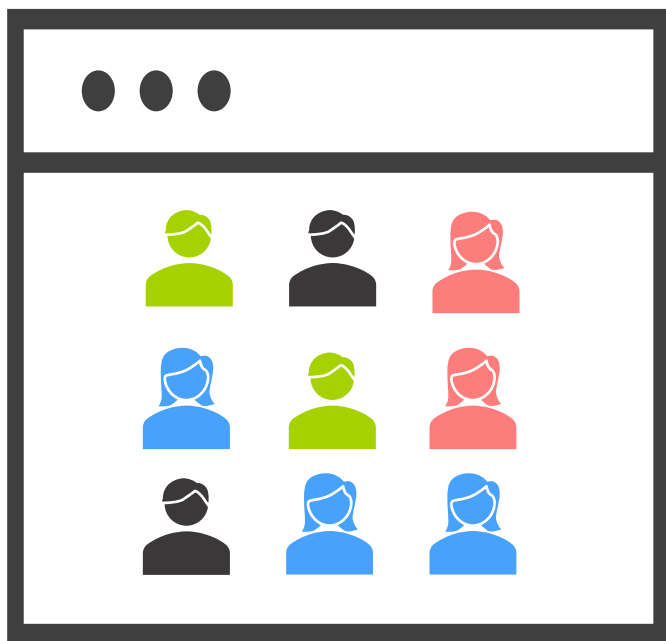
Výpočet zásahu probíhá v rámci 90denního časového okna. Není-li uživateli během této doby daná reklama opětovně zobrazena, je považován za nového unikátního uživatele.

### Příklad:

V RTG seznamu o délce 7 dní je 20 000 uživatelů. Za prvních 5 dní kampaně je Zásah 5 tisíc cookies. Win rate je pěkných 50 %. Nicméně metrika Noví uživatelé v posledních 2 dnech dosahuje hodnoty 500, tj. pouze 10 % z celkového počtu 5 tisíc cookies.

# Unikátní uživatelé

**SKLIK.cz**



Unikátní uživatel = unikátní cookie

Výpočet probíhá v rámci 90denního časového okna. Není-li uživatel během této doby daná reklama opětovně zobrazena, je považován za nového unikátního uživatele.

# Oslovení = Zobrazení

**SKLIK**.cz

Imprese se započítává i v případě, že ji měl uživatel mimo obrazovku (např. pod přehybem).

# Noví uživatelé?

**SKLIK**.cz

## MOJE DOMNĚNKA

To bude někdo, kdo nově navštívil  
moje webové stránky v daném  
časovém období...

1

# Jak je tohle možné?

## Kampaň RMK: Remarketing

[Nastavení](#)Denní rozpočet: 300 Kč Síť: **Obsahová**

posledních 30 dnů



1.5.2021



30.5.2021

[Změnit](#)**Sestava****Noví  
uživatelé**Všichni bez nákup (30) | **\_BAN**

11 369



# Noví uživatelé

**SKLIK**.cz

## Z NÁPOVĚDY

Tato metrika udává počet nově oslovených uživatelů, tedy uživatelů, kteří ve zvoleném období vidí reklamu poprvé

# Noví uživatelé



## Metrika je dostupná:

- U kampaní aktivních pouze v Obsahové síti.
- Při výběru jednoho dne – zobrazí počet unikátních uživatelů, kteří reklamu v daném dni viděli poprvé (tedy se s ní neseťkali v předchozím období).
- Při výběru období od začátku kampaně – zobrazí celkový počet unikátně oslovených uživatelů za celý běh kampaně (stejnou hodnotu jako metrika unikátní uživatelé).
- Při výběru části období běhu kampaně (např. 8.–14. dne) – zobrazí počet unikátních uživatelů, kteří reklamu ve zvoleném období viděli poprvé (tedy se s ní neseťkali v 1. týdnu běhu kampaně).
- **Pro období od 1. 1. 2020.**



# Noví uživatelé

**SKLIK**.cz

## SKUTEČNĚ

Počet cookies, kterým byla reklama zobrazena zcela nově, tj. neseťkaly se s ní nikdy v minulosti. Fakticky jde o „přírůstek zásahu“ (inkrementální reach).

# Co to znamená pro vyhodnocování

The logo for SKLIK.cz, featuring the word "SKLIK" in a bold, black, sans-serif font with a red underline under the "S", followed by ".cz" in a smaller, black, sans-serif font.

Zobrazení reklamy Tondovi\*

Reportované období	Zobrazení reklamy	Unikátní uživatel	Nový uživatel
28.5.	1	1	1
29.5.	0	0	0
30.5.	3	1	0
28. 5. – 30. 5.	4	1	1
29. 5. – 30. 5.	3	-	0

\*Tonda = cookie

# % přírůstek zásahu

**SKLIK**.cz

Chcete oslovit co nejvíce unikátních uživatelů  
v rámci vaší cílové skupiny – dosáhnout co  
největšího zásahu?

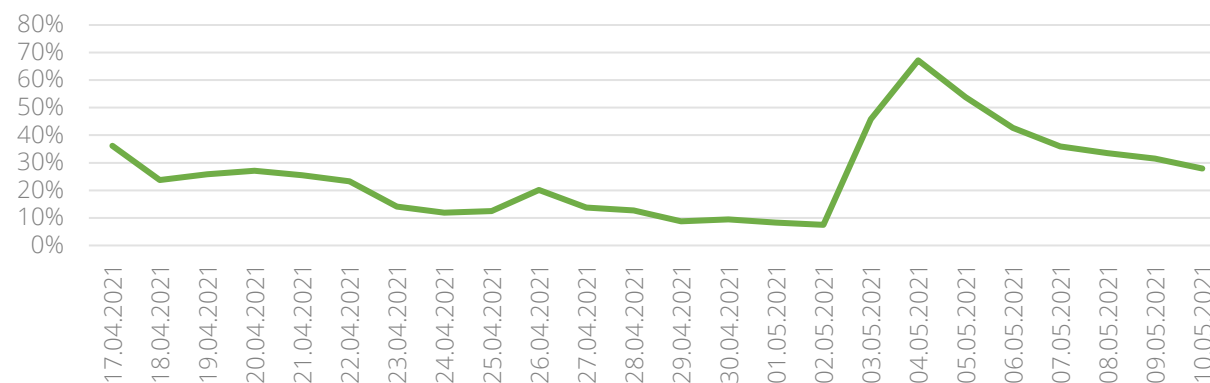
# Denní % přírůstek zásahu

**SKLIK.cz**

Datum	Unikátní uživatelé	Noví uživatelé	% přírůstek zásahu
16.04.2021	13175	13175	100%
17.04.2021	4916	1776	36%
18.04.2021	1550	368	24%
19.04.2021	2579	667	26%
20.04.2021	3814	1032	27%
21.04.2021	4497	1146	25%
22.04.2021	6297	1465	23%
23.04.2021	2175	307	14%
24.04.2021	1127	134	12%
25.04.2021	9284	1162	13%
26.04.2021	9736	1957	20%
27.04.2021	9284	1274	14%
28.04.2021	9684	1224	13%
29.04.2021	6565	571	9%
30.04.2021	8186	775	9%
01.05.2021	7032	585	8%
02.05.2021	2607	194	7%
03.05.2021	7566	3461	46%
04.05.2021	2118	1423	67%
05.05.2021	10444	5619	54%
06.05.2021	5918	2525	43%
07.05.2021	4560	1637	36%
08.05.2021	4824	1613	33%
09.05.2021	4389	1384	32%
10.05.2021	2736	765	28%

$$\frac{\text{Noví uživatelé}}{\text{Unikátní uživatelé}} \times 100 \%$$

% přírůstek zásahu



# Jak opět zvýšit % přírůstek zásahu

**SKLIK**.cz

- Snižte prům. frekvenci zobrazení reklamy
- Zlepšete CTR, např. úpravou kreativy
- Zvyšte max. CPC/CPT



Spolehlivost dodržení nastavené frekvence je cca 95 %, přičemž při nastavení méně než 3 impresí je spolehlivost ještě nižší.



# Není zásah jako zásah

The logo for SKLIK.cz, featuring the word "SKLIK" in a bold, black, sans-serif font with a red underline under the "S", followed by ".cz" in a smaller, black, sans-serif font.

Unikátní uživatelé

Unikátní uživatel =  
unikátní cookie

Výpočet probíhá v rámci  
**90denního časového okna.**  
Není-li uživatel během této  
doby daná reklama  
opětovně zobrazena, je  
považován za nového  
unikátního uživatele. Různá  
zařízení jsou různí uživatelé.

The Google Ads logo, consisting of the multi-colored Google "G" icon followed by the text "Google Ads" in a grey, sans-serif font.

Jedineční uživatelé

Od srpna 2020 Google Ads odstranil  
metriky zásahu, které jsou založeny na  
souborech cookie.

K výpočtu metrik zásahu unikátních  
uživatelů používá služba Google Ads  
**statistické modely**, které vycházejí  
z informací o chování uživatelů na  
**různých zařízeních a v různých  
prohlížečích.** Přehledy většiny  
metrik zásahu je možné zobrazovat  
**pouze u období dlouhých 92 dní  
nebo méně.**

The Facebook logo, consisting of the word "FACEBOOK" in a blue, sans-serif font.

Dosah

Unikátní uživatel = jeden  
klientský účet

Výpočet této metriky je  
**založený na vzorkovaných  
datech. Jedná se o odhad.**  
Jejich hodnoty se můžou  
průběžně měnit v  
návaznosti na větší objem  
získaných dat.

2

# Ad fraud

77 % of Marketers Know Ad Fraud Exists  
Yet Only 20 % Believe Their Campaigns are Affected<sup>1)</sup>





Most respondents see ad fraud as the **BIGGEST PROBLEM** (or one of the biggest) facing the industry



**Only 13%** of those respondents have a working knowledge of ad fraud and how it works



**3/5** do not see ad fraud as affecting them



**1/3** have no idea how much is lost globally each year to ad fraud



**22%** of marketers surveyed have **never heard** of ad fraud

**77%** have **heard** of ad fraud



**85%** of those respondents **could not** give an accurate, working description of ad fraud and how it works



**64%** don't really know what ad fraud is



Even though **49%** of those respondents have **10+ years experience** in digital advertising



# Opravdu je ad fraud takový problém?



**36 %**

kliknutí na grafickou reklamu je podvodných nebo neplatných

[\(PPC Protect, 2021\)](#)



**20 %**

webů, které zobrazují reklamy, navštěvují výhradně roboti jež na reklamu cíleně klikají

[\(PPC Protect, 20217\)](#)



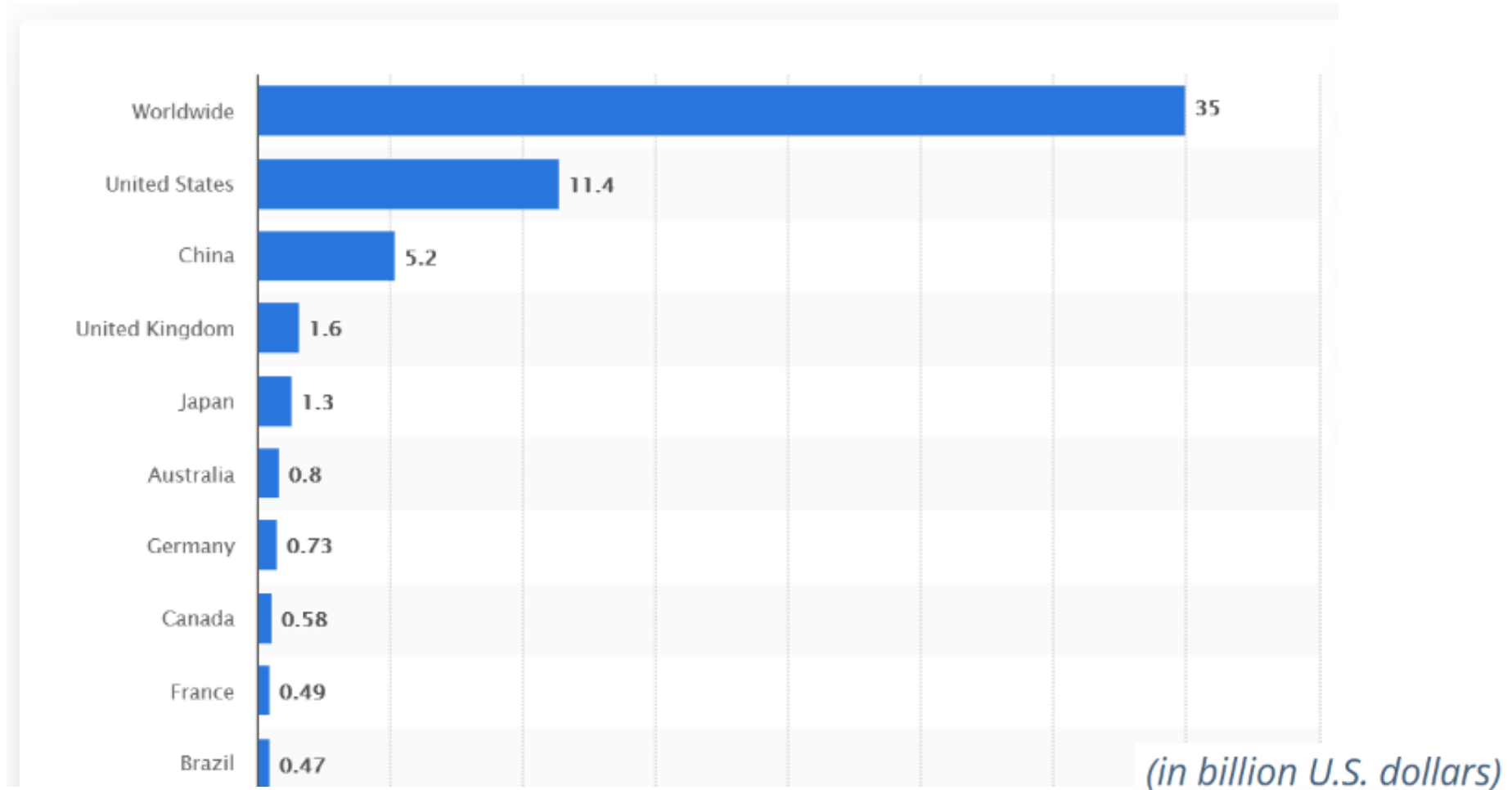
**10 %**

tvoří ad fraud z celkových investic do digitální reklamy

[Statista Research Department, 2021](#)

Global losses from ad  
fraud in 2020 were  
**\$35billion**

# Economic losses due to digital ad fraud in selected countries worldwide in 2020

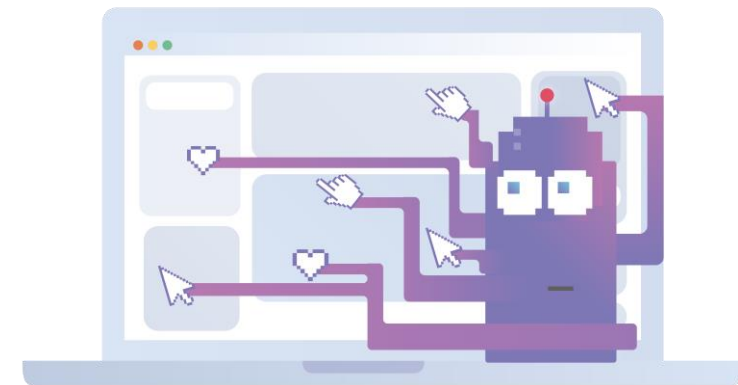


# Co je ad fraud?

Jakýkoli pokus o oklamání digitálních reklamních sítí za účelem finančního zisku.

## Příklady podvodů s online reklamou

- Hidden ads
- Click hijacking
- Fake app installation
- Install hijacking
- Botnet ad fraud





# Hidden ads

Reklama se zobrazí takovým způsobem, že ji uživatel ve skutečnosti nevidí.

**Ad Stacking** – umístění více reklam do jednoho reklamního prostoru

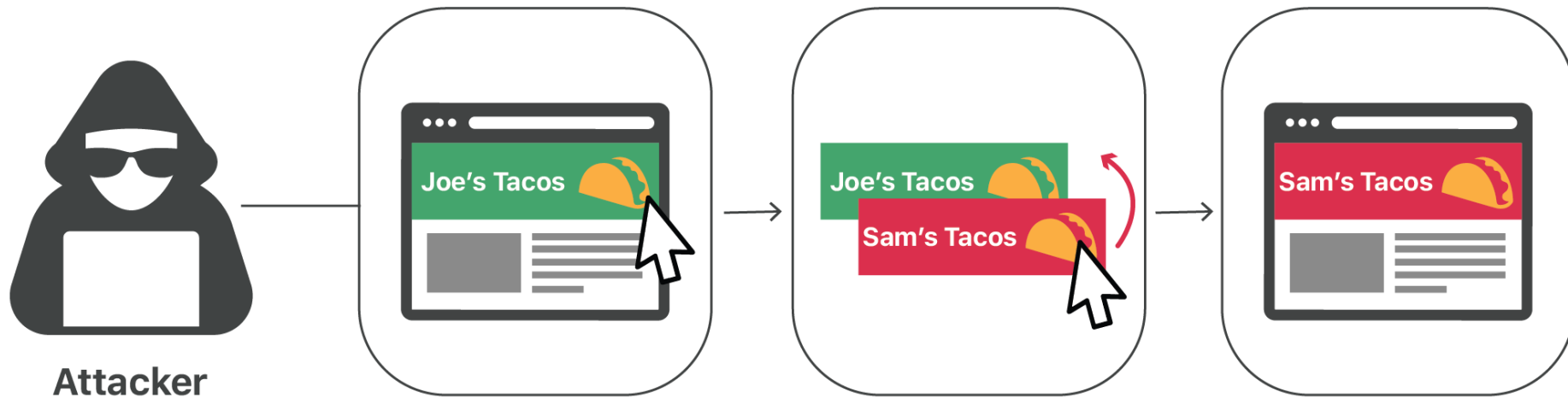
**Pixel Stuffing** – umístění inzerátu do jednoho jediného pixelu

**Zero opacity ads** – je použit iframe s nastavenou plnou průhledností, což dělá reklamu neviditelnou



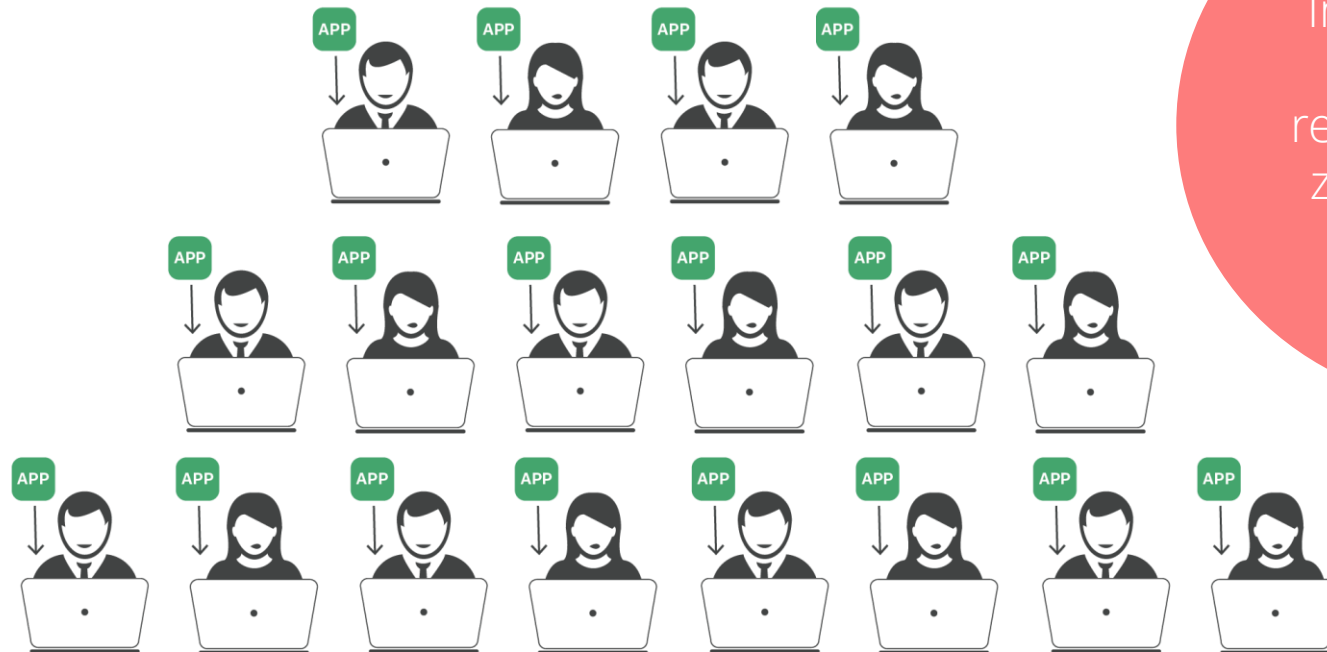
# Click hijacking

Útočník přesměruje kliknutí z jedné reklamy na jinou reklamu, čímž kliknutí efektivně „ukradne“



# Fake app installation

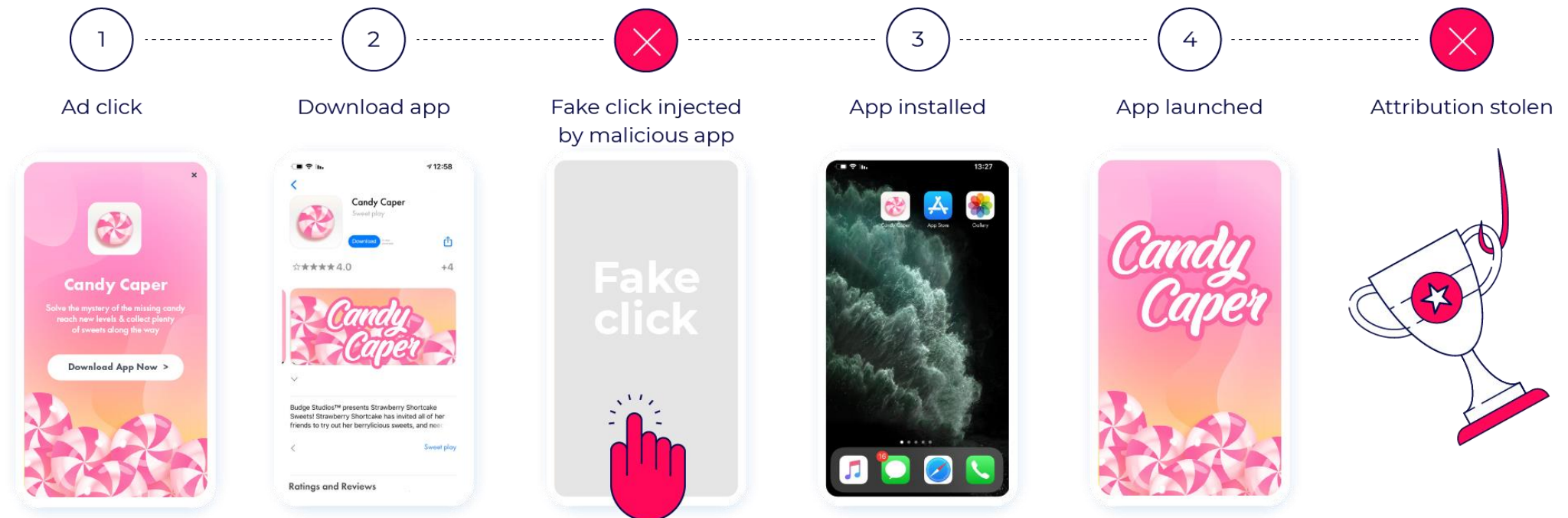
Týmy lidí (často v click farmách) instalují aplikace tisíckrát a komunikují s nimi hromadně



Instalace nejsou  
uskutečněny  
reálnými uživateli,  
ze kterých máte  
hodnotu

# Install Hijacking

Podvodníci „ukradnou“ kredit za instalaci vygenerovanou jiným zdrojem



# Botnet ad fraud

Podvodníci mohou pomocí robotů vygenerovat tisíce falešných kliknutí na reklamu nebo falešné návštěvy webových stránek zobrazujících reklamy



## Další příklady Ad fraudu

**[bit.ly/Ad-Fraud](https://bit.ly/Ad-Fraud)**

# Co může ukazovat na ad fraud

Nezvykle nízká cena za proklik u některých umístění oproti průměrné hodnotě v obsahové síti

Kde se reklamy zobrazily Vlastní 1. dub – 6. čvn 2021

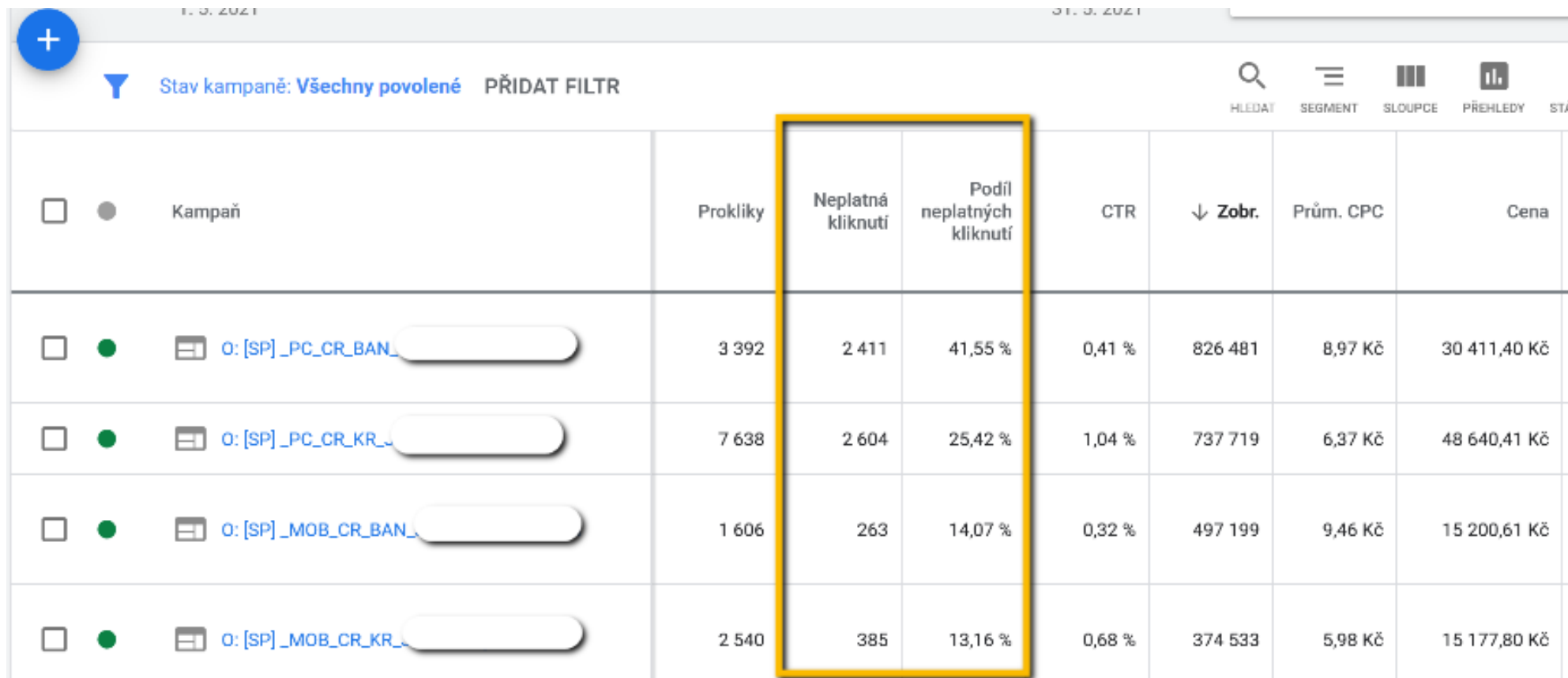
Sít: YouTube a Obsahová síť; Prům. CPC < 5,00 Kč [Zobrazit vše](#) [PŘIDAT FILTR](#)

HLEDAT SEGMENT SLOUPCE STÁHNOUT ROZBALIT

<input type="checkbox"/> Umístění	Typ	Konverze	Cena / konv.	Kliknutí	↓ Zobr.	MP	Prům. CPC	Cena	Konverzní poměr
Celkem: filtrovaná umístění		0,00	0,00 Kč	77	9 836	0,78 %	3,67 Kč	282,66 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">marca.com</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	4	2 011	0,20 %	3,29 Kč	13,16 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">sozcu.com.tr</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	1 932	0,05 %	0,97 Kč	0,97 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">testi.cz</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	3	1 241	0,24 %	4,88 Kč	14,65 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">treking.cz</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	2	1 241	0,16 %	4,68 Kč	9,36 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">onlinealarmkur.com</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	3	899	0,33 %	4,99 Kč	14,97 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">soha.vn</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	525	0,19 %	4,60 Kč	4,60 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">sondakika.com</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	443	0,23 %	4,84 Kč	4,84 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">boredpanda.com</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	348	0,29 %	4,20 Kč	4,20 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">zahrada-cs.com</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	157	0,64 %	3,44 Kč	3,44 Kč	0,00 %
<input type="checkbox"/> <a href="#">bongda.com.vn</a>	Stránky	0,00	0,00 Kč	1	147	0,68 %	1,35 Kč	1,35 Kč	0,00 %

# Co může ukazovat na ad fraud

Vyšší míra neplatných kliknutí (v Google Ads)



The screenshot shows the Google Ads interface with a table of campaign performance metrics. The table has columns for 'Kampaň', 'Prokliky', 'Neplatná kliknutí', 'Podíl neplatných kliknutí', 'CTR', 'Zobr.', 'Prům. CPC', and 'Cena'. A yellow box highlights the 'Neplatná kliknutí' and 'Podíl neplatných kliknutí' columns. The data rows show the following values:

Kampaň	Prokliky	Neplatná kliknutí	Podíl neplatných kliknutí	CTR	Zobr.	Prům. CPC	Cena
O: [SP]_PC_CR_BAN_...	3 392	2 411	41,55 %	0,41 %	826 481	8,97 Kč	30 411,40 Kč
O: [SP]_PC_CR_KR_...	7 638	2 604	25,42 %	1,04 %	737 719	6,37 Kč	48 640,41 Kč
O: [SP]_MOB_CR_BAN_...	1 606	263	14,07 %	0,32 %	497 199	9,46 Kč	15 200,61 Kč
O: [SP]_MOB_CR_KR_...	2 540	385	13,16 %	0,68 %	374 533	5,98 Kč	15 177,80 Kč



# Co může ukazovat na ad fraud

- Nízká cena za proklik u některých umístění v obsahové síti oproti jiným umístěním
- Vyšší míra neplatných kliknutí (v Google Ads)
- Slabé metriky v Google Analytics
- Nezvykle vysoké CTR (obsahová síť)
- Kampaně vyčerpají rozpočet bez výsledků



Doporučuji si data segmentovat i podle zařízení a hledat anomálie dle toho. Např. si zkontrolujte zobrazení umístění na desktopu i mobilu.

# Jak identifikovat ad fraud

- Automaticky – přes nějaký software
- Manuálně – vlastní interní reporting web server logu
  - IP adres
  - Click timestamps
  - Action timestamps
  - User agent

# Jak se chránit před ad fraudem?

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy

# Jak se chránit před ad fraudem?

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)

The screenshot shows the 'Modify columns for campaigns' interface in Google Ads. The left sidebar contains navigation options: Overview, Recommendations, Campaigns (selected), Ad groups, Ads & extensions, Landing pages, Keywords, Audiences, and Demographics. The main content area is titled 'CAMPAIGNS' and 'AUCTION INSIGHTS'. Below the title is a search icon and the heading 'Modify columns for campaigns'. There are two sections: 'Recommended columns' and 'Performance'. The 'Performance' section is expanded, showing a grid of metrics with checkboxes. A red arrow points from the 'Performance' section to the 'Invalid clicks' and 'Invalid Interaction rate' checkboxes, which are highlighted with a red box. Other visible metrics include Clicks, CTR, Cost, Interactions, Impr., Invalid click rate, Invalid Interactions, Avg. CPC, and Avg. cost.

Performance	Cost	Impr.
<input type="checkbox"/> Clicks	<input checked="" type="checkbox"/> Cost	<input checked="" type="checkbox"/> Impr.
<input checked="" type="checkbox"/> CTR	<input type="checkbox"/> Interactions	<input type="checkbox"/> Interaction rate
<input type="checkbox"/> Invalid clicks	<input type="checkbox"/> Invalid click rate	<input type="checkbox"/> Invalid Interactions
<input type="checkbox"/> Invalid Interaction rate	<input checked="" type="checkbox"/> Avg. CPC	<input type="checkbox"/> Avg. cost
<input type="checkbox"/> Impr. (Abs. Top) %	<input type="checkbox"/> Impr. (Top) %	

# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění

# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění
- V Google Ads nastavit vyloučení podvodných IP adres

2

MCC Veronika Brin... > Všechny kampaně > O: [SP]\_PC\_CR\_BAN

HLEDAT PŘEHLEDY NÁSTROJE A NASTAVENÍ FAKTURACE

Veronika Bri...  
mcc@veronikabrindzova.cz

Přehled **Zapnuto** Stav: Učení strategie nabídek Typ: Obsahová reklama Rozpočet: 1 000,00 Kč/den [Více podrobností](#) v

Správa frekvence	Omezení počtu zobrazení pro celou kampaň na 10 za d. na uživatele	v
Možnosti URL kampaně	Nejsou nastaveny žádné možnosti	v
Dynamické reklamy	Chybí zdroj dat	v
Konverze	Nastavení konverzí na úrovni účtu Nezahrnovat konverze po zobrazení do sloupců Konverze a Všechny konverze	v
Vyloučení obsahu	Sexuální podtext + 6 další	v

**Vyloučení IP adres** Zadejte IP adresy, na kterých nechcete zobrazovat reklamy. ?

109.72.12.26|

Chcete-li zadat sadu adres, nahraďte poslední tři číslice hvězdičkou (\*).

Příklady:

- 123.4.5.67
- 123.4.5.\*
- 123.4.0.0/16
- 2620:0:1003:1011:fa1e:dfff:fee6:2711
- 2620:0:1003:1011:fa1e:dfff:0:0/96

ZRUŠIT ULOŽIT

# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění
- V Google Ads nastavit vyloučení podvodných IP adres
- Vyloučit z cílení země a jazyk, kde je vysoká pravděpodobnost ad fraudu (pokud na ně nepotřebujete cílit)



# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění
- V Google Ads nastavit vyloučení podvodných IP adres
- Vyloučit z cílení země a jazyk, kde je vysoká pravděpodobnost ad fraudu (pokud na ně nepotřebujete cílit)
- Ověřovat si kvalitu a relevanci získaných konverzí

# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění
- V Google Ads nastavit vyloučení podvodných IP adres
- Vyloučit z cílení země a jazyk, kde je vysoká pravděpodobnost ad fraudu (pokud na ně nepotřebujete cílit)
- Ověřovat si kvalitu a relevanci získaných konverzí
- Investovat do nějakého softwaru

# Jak se chránit před ad fraudem

- Inzerovat přes prověřené reklamní systémy
- Monitorovat pravidelně neplatná kliknutí (v Google Ads)
- Cílit na kvalitní vybraná umístění
- V Google Ads nastavit vyloučení podvodných IP adres
- Vyloučit z cílení země a jazyk, kde je vysoká pravděpodobnost ad fraudu (pokud na ně nepotřebujete cílit)
- Ověřovat si kvalitu a relevanci získaných konverzí
- Investovat do nějakého softwaru
- Vyhnout se (hlavně v Google Ads) inzerování přes CPM model

# DĚKUJI ZA POZORNOST



**Veronika Brindzová**

PERFORMANCE ADVERTISING CONSULTANT

[www.veronikabrindzova.cz](http://www.veronikabrindzova.cz)

[ppc@veronikabrindzova.cz](mailto:ppc@veronikabrindzova.cz)

+420 773 105 060

