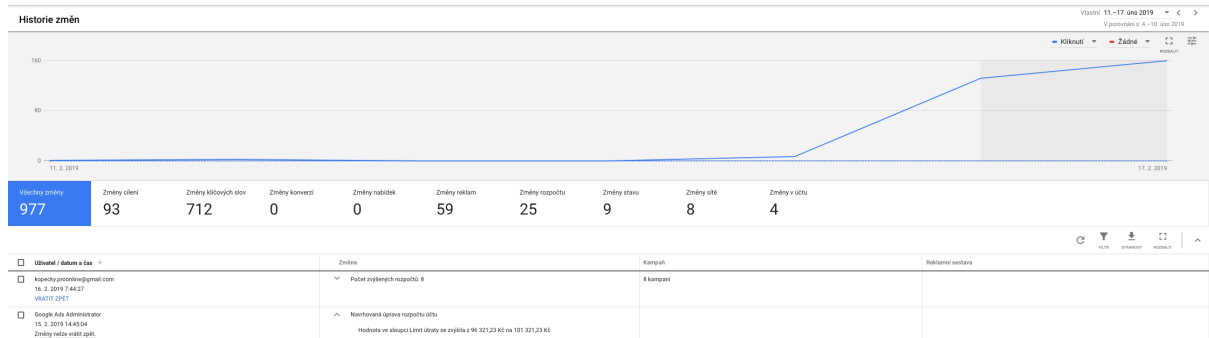


Audit PPC kampaní pro autodily-na-skodu.cz

1. Zrušit automatické změny od Googlu, které se aplikují do 14 dní po neuposlechnutí doporučení.



2. Chybí nastavení Google Nákupy kampaně, které mají obvykle nejlepší výsledky.

3. Měření konverzí - nastavení vypadá v pořádku. Do Google Ads posíláte hodnotu objednávky s DPH + dopravou, na to je třeba myslet při optimalizaci kampaní.

4. Publika - nejsou nastavená vůbec u vyhledávacích kampaní, nastavit na observation. Přidat zájmy o škodovky, auta a další publika.

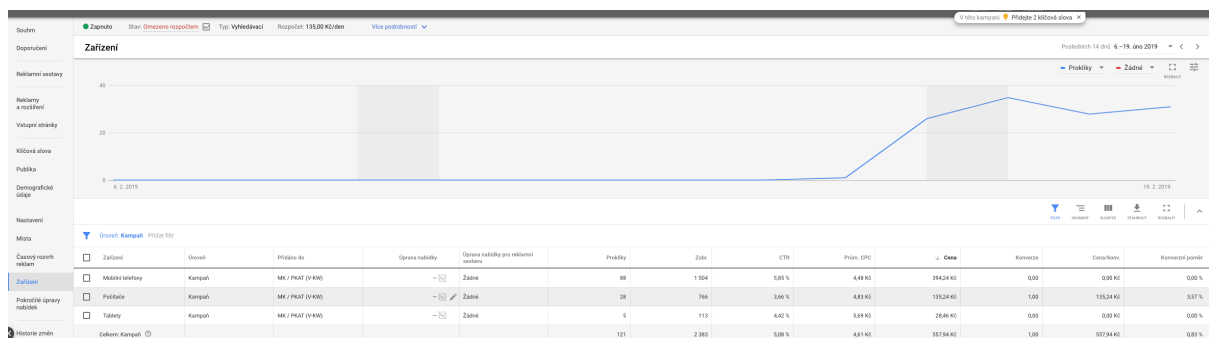
5. Rozšířit kampaň na brand - více klíčových slov. V účtu máte jen přesnou shodu.

6. Přidat více reklam do jednotlivých sestav. Každá sestava by měla mít minimálně 3 reklamy.

7. DSA kampaně - vyloučit URL, které nechce aby se zobrazovaly např. /kontakty /reklamace apod.
- vyloučit z DSA slova, která jsou již v SEA kampaních - i když by se neměla zobrazovat, děje se to.

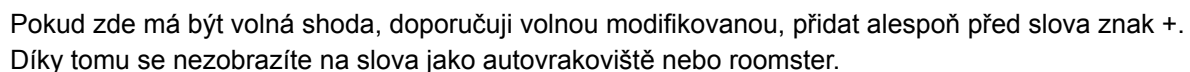
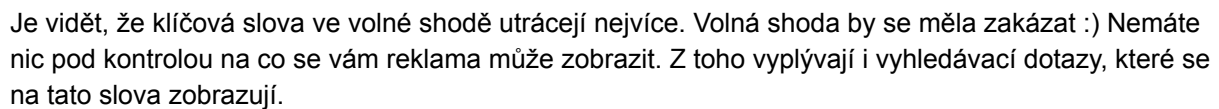
8. Přidat listy negativních obecných klíčových slov jako např. vrakoviště - měla by vycházet z analýzy klíčových slov a toho, co neprodáváte.

9. Devices - snížit nabídku pro telefony, utrácejí více než stolní PC, ale dle Google analytics mají lepší konverzní poměr počítače.



Je lepší mít na webu 50 lidí po 2 Kč než 10 lidí po 10 Kč. Stejně utratíte 100 Kč. V polovině dne máte již vyčerpaný rozpočet na DSA kampani a modely či MK / PKAT (V-KW) jsou na 100 Kč ze 135 Kč!!

12. Klíčové slova ve volné shodě!



13. Zkontrolovat publika zakoupili - máte již dvě konverze a nikdo se v nich nenachází. Pravděpodobně to je tím hastagem, který je na konci. Odstranit hashtag a vše za ním. Nastavit na obsahuje a část url po dokončení objednávky

16. Nastavení kampaní

Cílení je dobré nastavit na **Lidé v cílených místech** -> reklamy se budou zobrazovat pouze lidem v Česku.

Vyloučit “Lidé ve vyloučených místech” -> Kdybyste potřebovali vyloučit např Slovensko vyloučíte opravdu jen slováky.

Jazyk - nastavení na All - nikdy nevíte kdo má prohlížeč přeply do angličtiny nebo jiného jazyka. V GDN toto nastavení neplatí! Jen u SEA a PLA kampaní.

Místa - doporučuji přidat alespoň Prahu / kraje a vaše fyzické okolí byznysu na tyto oblasti je dobré upravit cenové nabídky.

Souhrn	● Zapnuto Stav: OK Typ: Vyhledávací Rozpočet: 135,00 Kč/den Více podrobností		
Doporučení	ZACÍLENÉ VYLOUČENO ZEMĚPISNÝ PŘEHLED		
Reklamní sestavy			
Reklamy a rozšíření			
Vstupní stránky			
Klíčová slova			
Publika			
Demografické údaje			
Nastavení			
Místa			
Časový rozvrh reklam			
Zařízení			
Pokročilé úpravy nabídek			
Historie změn			
Koncepty a experimenty			

☐ Cílená lokalita	Úprava nabídky	↓ Prokliky
☐ Česko	—	4
Celkem: místa		4
Celkem – jiné lokality		0
Celkem: Kampaň		4

Tipy na negativní listy - otázky / staré modely aut / seznam všech konkurenčních značek / konkurence -> vytvořit kampaň na konkurenci

Toto je vše, co jsem stihl v rámci stanoveného času na audit nalézt. Pokud si budete přát chyby odstranit, stačí mi napsat nebo tento dokument předejte svému PPC specialistovi a ten by už měl vědět, jak chybu odstranit.

S pozdravem

[Jiří Franěk](#)