

Marketingové mapy PPC

Michal Krutiš

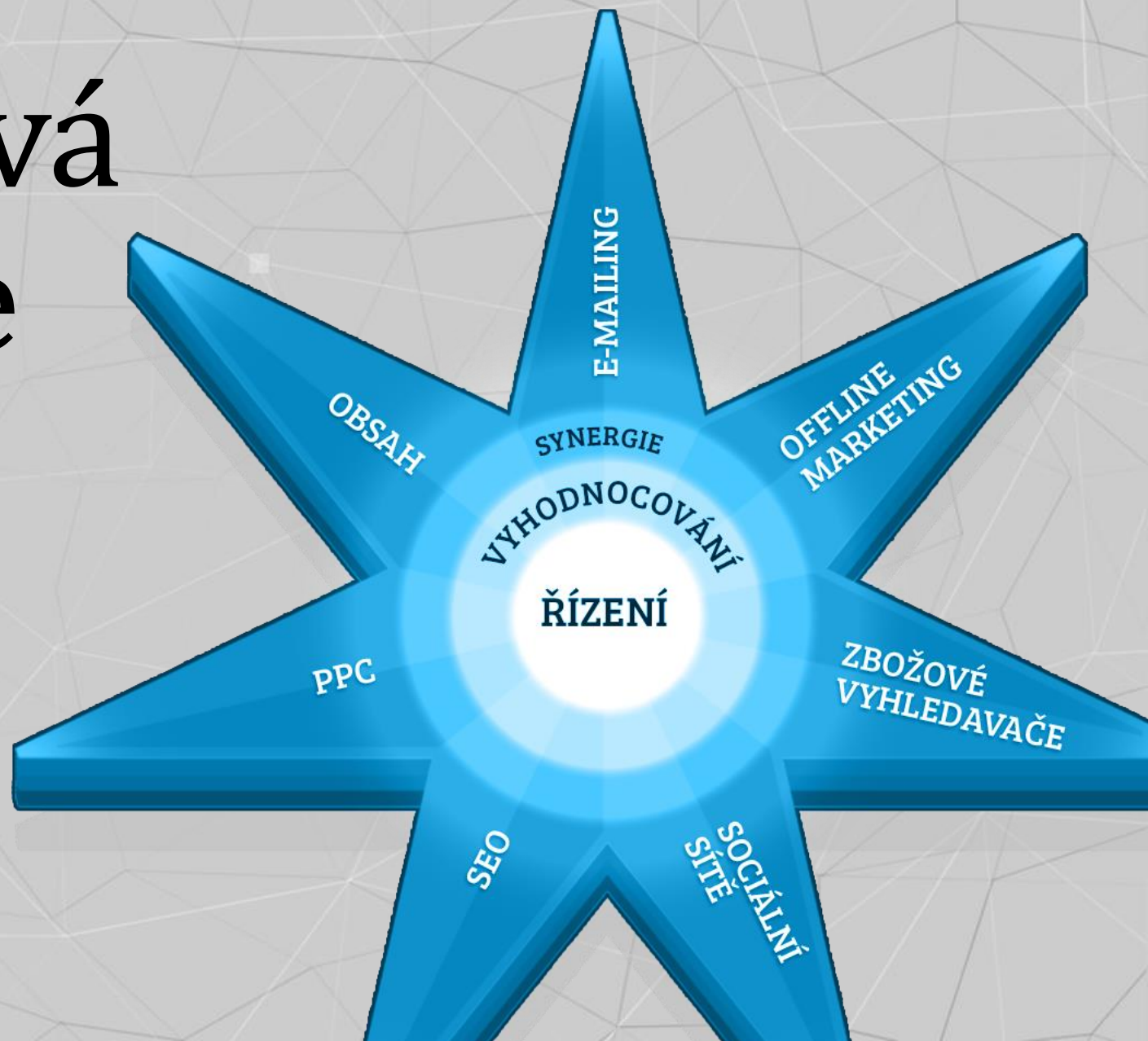
→ online marketingový stratég → www.krutis.com → @krutis → [linkedin.com/in/krutis](https://www.linkedin.com/in/krutis)

Rozšířená prezentace ke stažení: www.krutis.com/ppcrestart

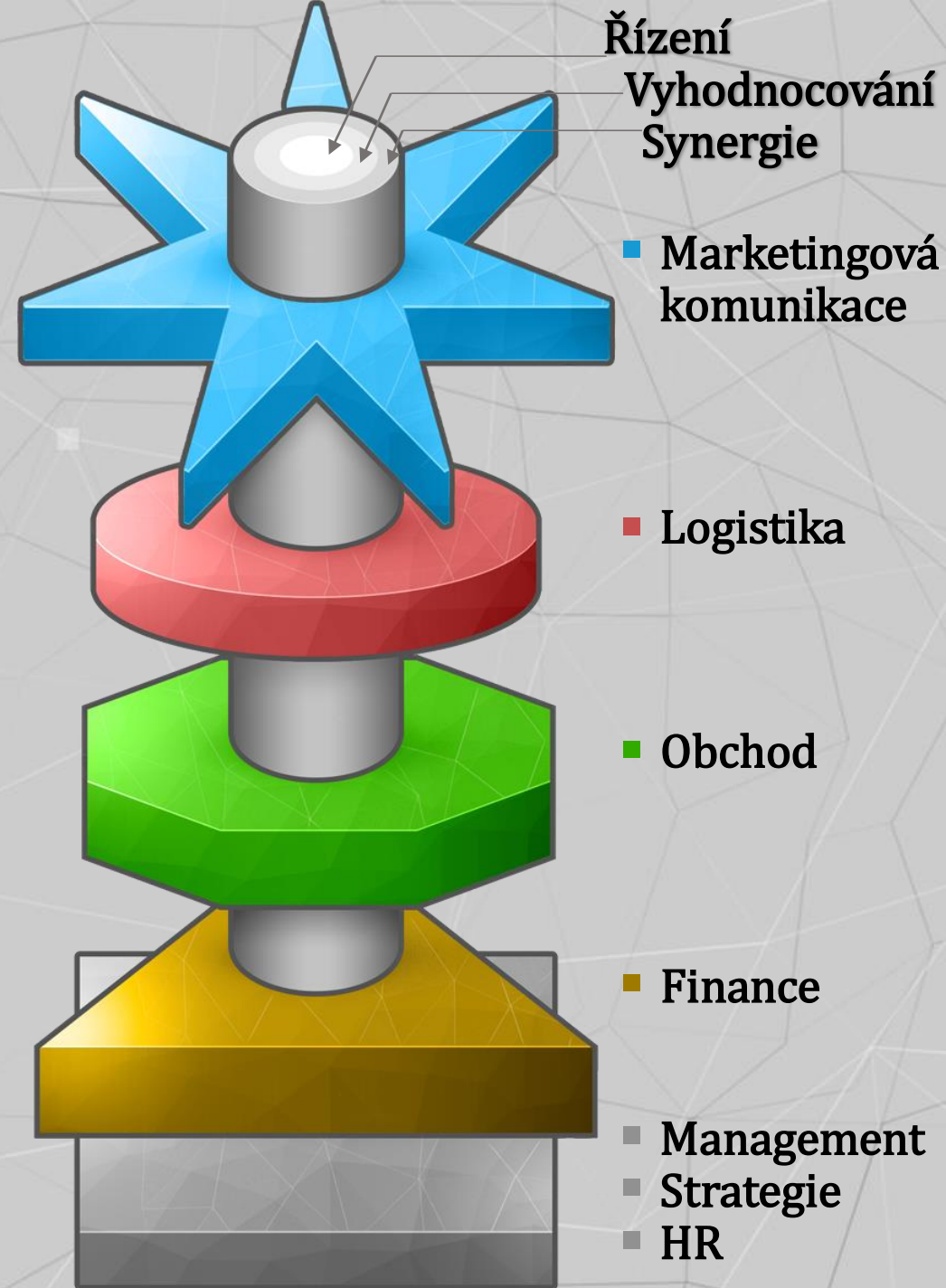
Co řeším za problém u klientů

- Jak poznám, že dělají SPRÁVNÉ VĚCI a dělají to SPRÁVNĚ?
- KDY se to má dělat?
- Kolik času to má TRVAT?

Marketingová komunikace



Marketing jako součást řízení firmy



Jak uřídit celý marketing

PPC checklist

[Vše](#)[Obrázky](#)[Nákupy](#)[Zprávy](#)[Videa](#)[Více](#)[Nastavení](#)[Nástroje](#)

Přibližný počet výsledků: 656 000 (0,17 s)

PPC Task Checklist | PPC Hero

<https://www.ppchero.com/ppc-task-checklist-for-account-success/> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

26. 3. 2018 - A **checklist** of **PPC** tasks, broken down weekly and monthly, all account managers should be doing.

The SEMrush Checklist for Running a Successful PPC Campaign

<https://www.semrush.com/blog> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

před 5 dny - This **PPC checklist** will show you which tools and reports in the SEMrush software you can use to research your keywords, study competitors, ...

Checklist – mám připravené účty? - Zaklik.cz

www.zaklik.cz/planovani/checklist-pripraveny-ucty/ ▼

31. 7. 2018 - založený účet v AdWords Google Ads a Skliku,; zajištěné platby v AdWords Google Ads a Skliku,; informační e-maily z účtů přijdou (zajištěné ...

The Easy 8-Step Checklist for PPC Audits | WordStream

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2016/.../ppc-account-audit> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

23. 7. 2018 - This easy, 8-step **PPC** audit **checklist** will walk you through everything you need to do to get your **pay-per-click** advertising account in tip-top ...

PPC audit - checklist stahujte zde - Next Vision

<https://www.nextvision.cz/blog/ppc-audit-checklist> ▼

2. 2. 2016 - **PPC** audit - **checklist** v PDF. Víte, že většina **PPC** reklamních účtů obsahuje závažné chyby? Jejich majitelé tak přichází o nemalé finanční ...

PPC Checklist: From Zero to Profit Wielding Hero - Midas Media

<https://midasmedia.co.uk/ppc-checklist/> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

12. 4. 2017 - This actionable **ppc** optimisation **checklist** is directly attributed to managing an AdWords **ppc** campaign, but it's fair to say it can be applied to ...

how to manage ppc

How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

1. Tips for Using This Template.
2. Step 1: Understand **PPC** Campaign Structure.
3. Step 2: Identify Your Landing Pages.
4. Step 3: Build Your Keyword Strategy.
5. Step 4: Create Your Ads.
6. Step 5: Share the Completed Template With a Decision Maker.

How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

<https://blog.hubspot.com/.../how-even-you-can-master-ppc-campaign-management-tem...>

[?](#) Informace o výsledku [Zpětná vazba](#)

How Even YOU Can Master PPC Campaign Management [TEMPLATE]

<https://blog.hubspot.com/.../how-even-you-can-master-ppc-campa...> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

29. 11. 2012 - **How** Even YOU Can Master **PPC** Campaign **Management** [TEMPLATE] Tips for Using This Template. Step 1: Understand **PPC** Campaign Structure. Step 2: Identify Your Landing Pages. Step 3: Build Your Keyword Strategy. Step 4: Create Your Ads. Step 5: Share the Completed Template With a Decision Maker.

10 golden rules to manage your PPC Campaigns - Optimize Smart

<https://www.optimizesmart.com/10-best-ways-screw-up-ppc-campa...> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

10 golden rules to **manage** your **PPC** Campaigns. #1. Never run **PPC** campaigns without a "great" understanding of your client's business & goals. #2. Always set your Max. #3. Setup your Adwords account with proper thought and planning. #4. Run campaigns with Conversion Tracking. #5. Smell what is selling. #6. Optimize your ...

Pay-Per-Click Campaigns: How to Succeed in PPC | WordStream

<https://www.wordstream.com/pay-per-click-campaign> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

Image via Google. However, while it is important to focus on and devote sufficient time to each of these areas, successfully **managing** a **pay-per-click** campaign ...

PPC Management Made Easy | WordStream

<https://www.wordstream.com/ppc-management> ▼ [Přeložit tuto stránku](#)

PPC **management** doesn't have to take up all your time. Learn **how** WordStream's **pay per click** **management** software can make your workday easier.

Stovky úkolů a jak je uřídit

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]

Marketingová Mapa PPC

Oblasti úkolů v PPC

Oblast
Klíčová slova a kvalita účtu
Typy kampaní
Vyhodnocování
Synergie s okolím

Stupně zralosti (maturity)

PPC

[1] Nic moc

[2] Základy

[3] Fokus

[4] Opakování

[5] Komplexnost

[6] Speciality

Mapa

PPC	[1] Nic moc	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Opakování	[5] Komplexnost	[6] Speciality
Klíčová slova a kvalita účtu						
Typy kampaní						
Vyhodnocování						
Synergie s okolím						

Kde jsme na mapě

PPC	[1] Nic moc	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Opakování	[5] Komplexnost	[6] Speciality
Klíčová slova a kvalita účtu	✗	✗	✗	✗	✗	
Typy kampaní	✗	✗	✗			
Vyhodnocování	✗	✗				
Synergie s okolím	✗					

Kam dál

PPC	[1] Nic moc	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Opakování	[5] Komplexnost	[6] Speciality
Klíčová slova a kvalita účtu	✗	✗	✗	✗	✗	
Typy kampaní	✗	✗	✗	+		
Vyhodnocování	✗	✗	+	+		
Synergie s okolím	✗	+				

Oblasti úkolů

Oblast
Klíčová slova a kvalita účtu
Typy kampaní
Vyhodnocování
Synergie s okolím



PPC mapa

Automatizace
Cílové stránky na webu
Optimalizace kampaní
Optimalizace a kvalita inzerátů
Optimalizace rozpočtu
Optimalizace cenových nabídek
Získávání a práce s vylučujícími klíčovými slovy
Získávání a práce s klíčovými slovy
Struktura a nastavení účtu
Chytré kampaně
PLA kampaně
Dynamický remarketing (DRTG)
Obecný remarketing
Produktové kampaně
DSA kampaně
Měření
Reportování
Vyhodnocování
KPI
Propojení
Synergie s ostatními

Zralost úkolů u klíčových slov

Klíčová slova	1	2	3	4	5	6
Získávání a práce s klíčovými slovy	Základní sada KW	Rychlá analýza vyhledávacích výrazů	Rozšíření seznamu klíčových slov	Pravidelně rozšiřování seznamu KW z jiných zdrojů		Automatizované rozšiřování seznam KW z jiných zdrojů
Vylučující klíčová slova		Základní sada vylučujících KW	Seznamy vylučujících KW	Pravidelná práce se seznamy a vyhledávacími dotazy u vylučujících KW		

Úkoly u klíčových slov dle zralosti (4-6)

4	5	6
Pravidelně rozšiřování seznamu KW z jiných zdrojů ☐ Pravidelná report vyhledávací dotazy ☐ Pravidelné z vyhledávacích dotazů v DSA ☐ Pravidelně z Google Analytics - vyhledávání na webu ☐ Pravidelně z Goolge Analytics - Klíčová slova organic ☐ Pravidelně ze Search Console ☐ Pravidelný proces z dotazů na podporu e-shopu, prodejny		Automatizované rozšiřování seznam KW z jiných zdrojů ☐ Script - Hledání příležitostí z organicu ☐ Pravidelně z jiných oddělení

Úkoly u klíčových slov dle zralosti (1-6)

Klíčová slova	1	2	3	4	5	6
Získávání a práce s klíčovými slovy	Základní sada KW ☐ Od klienta ☐ Ze struktury webu	Rychlá analýza vyhledávacích výrazů ☐ Ručně struktura ☐ Našeptávače Sklik, AdWords ☐ Překlepy ☐ Synonyma	Rozšíření seznamu klíčových slov ☐ Report vyhledávacích dotazů ☐ Dimenze - výrobci, značky ☐ Dimenze - parametry	Pravidelně rozšiřování seznamu KW z jiných zdrojů ☐ Pravidelná report vyhledávací dotazy ☐ Pravidelně z vyhledávacích dotazů v DSA ☐ Pravidelně z Google Analytics - vyhledávání na webu ☐ Pravidelně z Goolge Analytics - Klíčová slova organic ☐ Pravidelně ze Search Console ☐ Pravidelný proces z dotazů na podporu e-shopu, prodejny	Automatizované rozšiřování seznam KW z jiných zdrojů ☐ Script - Hledání příležitostí z organicu ☐ Pravidelně z jiných oddělení	
Vylučující klíčová slova		Základní sada vylučujících KW ☐ Od klienta ☐ Vyloučení zřejmých vylučujících kw ☐ Nahodile z výsledků vyhledávání	Seznamy vylučujících KW ☐ Z klasifikační analýzy vyhledávacích dotazů ☐ Náhodné vylučování z vyhledávacích dotazů	Pravidelná práce se seznamy a vyhledávacími dotazy u vylučujících KW ☐ Vlastní obecné seznamy vylučujících klíčových slov ☐ Pravidelná práce s vylučujícími kw na základě vyhledávacích dotazů ☐ Pravidelná kontrola zda vylučující kw neblokují vyhledávací fráze (kolize)		

PPC mapa	[1] Nic moc	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Opakování	[5] Komplexnost	[6] Speciality
Automatizace	(c) Marketingovemapy.cz		Automatická pravidla v systémech	Základní scripty	Pokročilé scripty	API
Cílové stránky na webu	verze 0.2, 9/2018		Návrhy nových cílových stránek	Technická kvalita	Základní znalost UX	Pravidelné porovnání výkonu oproti ostatním kanálům
Optimalizace kampaní			Z pohledu cenových nabídek (multiplikátor) Den, čas, region, zařízení	Skóre kvality	Pravidelná optimalizace	
Optimalizace a kvalita inzerátů		Používání Rozšíření reklam	Optimalizace nadpisů a textů, relevance inzerátů vůči vstupní stránce	Střídání a A/B testy inzerátů	Personalizátory reklam v rámci systému	Vlastní dynamické proměnné do Personalizátorů
Optimalizace rozpočtu		Nedochází kredit	Sdílený rozpočet	Rozpočet je optimalizován cenou nabídek	Vyladěné kampaně - rozpočet se řídí dle ceny za konverzi	Automatizace rozpočtu a nabídek
Optimalizace cenových nabídek		Manuální optimalizace	Manuálně s částečným příspěvím systému pro získání konverze	Automaticky na základě ceny za konverzi	Automaticky včetně ohledu na hodnotu konverze	
Získávání a práce s vylučujícími klíčovými slovy		Základní sada vylučujících KW	Vlastní seznamy vylučujících klíčových slov	Pravidelná práce a rozšiřování vlastních seznamů vylučujících klíčových slov z různých zdrojů		
Získávání a práce s klíčovými slovy	Základní sada KW	Rychlá analýza vyhledávacích výrazů	Z klasifikační analýzy klíčových slov	Pravidelné rozšiřování seznamu klíčových slov		Pravidelné rozšiřování seznam klíčových slov z dalších zdrojů
Struktura a nastavení účtu	Nastavení účtu	Rozdělení typů sítí	Pokročilé rozdělení kampaní	Hacky do názvu kampaní + Štítky + uložení Filtrů		
Chytré kampaně			Chytré obsahové kampaně Chytré kampaně v Nákupch Google			
PLA kampaně		Základní nasazení	Optimalizace a segmentace		Bloomarty nebo jiný framework	Automatizace biddování
Dynamický remarketing (DRTG)		Základní nasazení	Práce s publiky a max CPC - obecní návštěvníci, prohlíželi produkt, opuštěný košík		Implementace vlastních štítků	Pokročilé remarketingové strategie
Obecný remarketing		Základní nastavení	Práce s publiky	Pravidelná práce s publiky, vylučování	Rozdělení do více kampaní	Pokročilé remarketingové strategie
Produktové kampaně		Ručně na vytipované produkty	Základní automat	Pokročilý automat	Pokročilý automat s trendy a sezónností	
DSA kamapaně		Základní nastavení	Rozdělení do více sestav Práce s vyloučením	Propojení s XML Použití remarketingu	Pokročilá segmentace s pomocí štítků	Inzeráty na míru
Měření		Základní měření	Pokročilé měření	Pokročilé měření s přesahem		
Reportování	Nahodilá vizuální kontrola účtů	Pravidelné statické izolované reporty	Spojené marketingové on-line reporty do celé firmy		On-line BUSINESS reporty do celé firmy	
Vyhodnocování	Nákladové	Nákladové s přihlédnutím na kvalitu	Výkon	Dlouhodobé Business Hodnoty		
KPI	Útrata za PPC	Základní KPI kvality	Návratnost investic, zisk	Kvalita zákazníků		Podíl na trhu
Propojení		Základní GA + Ads + WMT	Google merchant center + Google Ads	Propojení s interním IS		
Synergie s ostatními	Základní se zadavatelem	Základní s teamem	Pokročilá s teamem a zadavatelem	Velmi pokročilá se zadavatelem a teamem - kompaktní team		

Mapa PPC

verze 0.2

www.marketingovemapy.cz

Autor: P. Jiránek
Korekce: M. Krutiš,
M. Zeman, L. Kolovrat a další

Uspořádané stovky úkolů

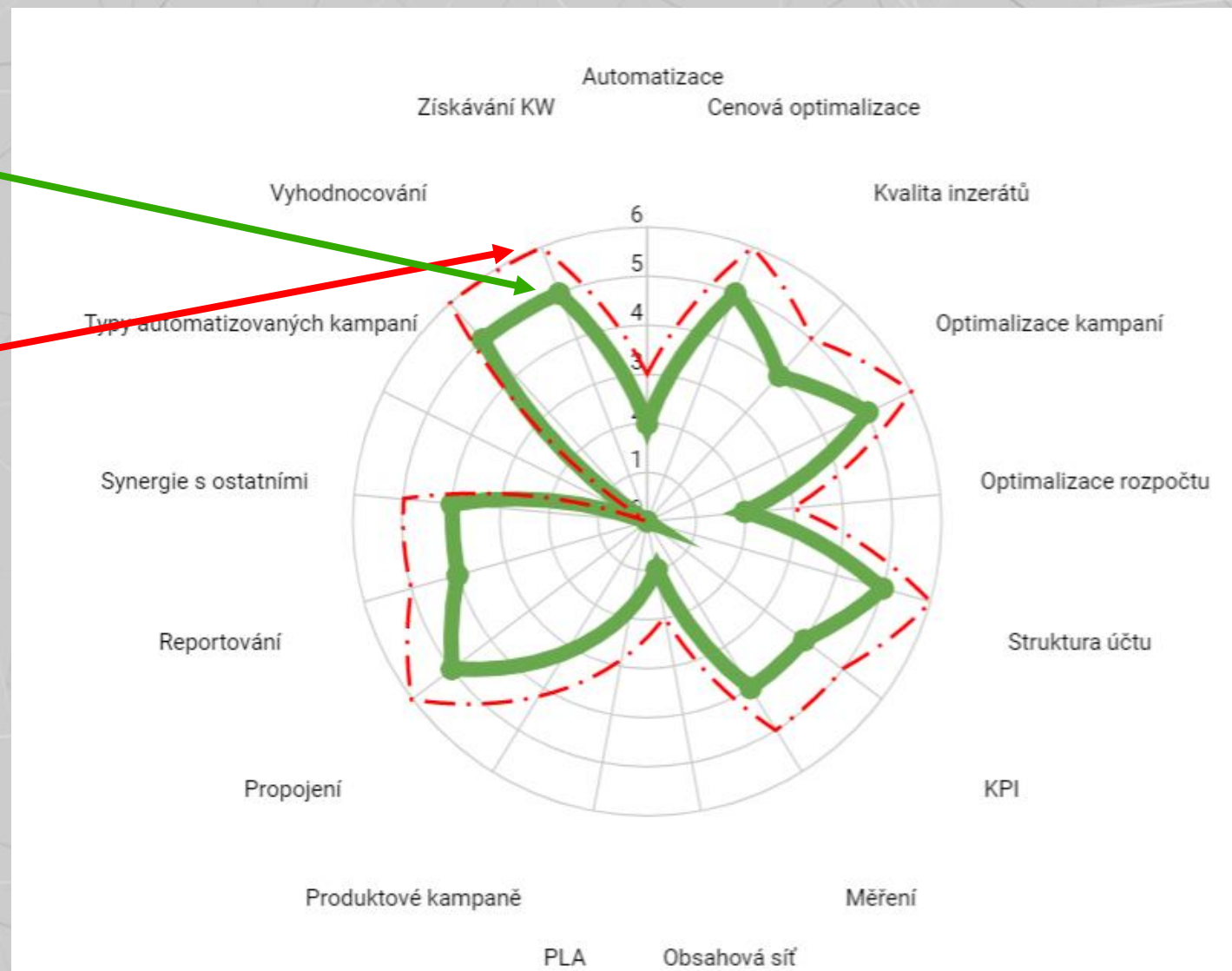
Každý úkol má stav

Téma	Zralost	Úkol	Chceme nyní řešit	Hotovo
Získávání KW	2	Ručně struktura	☐	☒
Získávání KW	2	Našeptávače Sklik, AdWords	☐	☒
Získávání KW	2	Překlepy	☐	☒
Získávání KW	2	Synonyma	☐	☒
Získávání KW	2	Report vyhledávacích dotazů	☐	☒
Získávání KW	3	Dimenze - výrobci, značky, produktové řady	☒	☐
Získávání KW	3	Dimenze - parametry"	☒	☐
Získávání KW	4	Pravidelná kontrola reportu vyhledávací dotazy	☒	☐
Získávání KW	4	Pravidelné procházení vyhledávacích dotazů v DSA	☒	☐
Získávání KW	4	Pravidelně z Google Analytics - vyhledávání na webu	☒	☐
Získávání KW	4	Pravidelně z Goolge Analytics - přehled - Klíčová slova - organic	☒	☐
Získávání KW	4	Pravidelně ze Search Console	☒	☐
Získávání KW	6	Script - Hledání příležitostí z organicu	☐	☐
Získávání KW	6	Pravidelně z jiných oddělení"	☐	☐

Stav vyspělosti mého PPC přístupu

aktuální stav

plán rozvoje



Plán rozvoje na 4Q 18

Téma	Zralost	Úkol
Získávání KW	3	Report vyhledávacích dotazů
Získávání KW	3	Dimenze - výrobci, značky, produktové řady
Získávání KW	3	Dimenze - parametry"
Získávání KW	4	Pravidelná kontrola reportu vyhledávací dotazy
Získávání KW	4	Pravidelné procházení vyhledávacích dotazů v DSA
Získávání KW	4	Pravidelně z Google Analytics - vyhledávání na webu
Získávání KW	4	Pravidelně z Goolge Analytics - přehled - Klíčová slova - organic
Získávání KW	4	Pravidelně ze Search Console

Vyměňte si checklisty.cz

Vyměňte si checklisty

Checklisty si dokáže vyrobit každý, stačí začít sázet jeden úkol za druhým. Ale někdy by se vám mohlo hodit, že se inspirujete u někoho jiného.

Pošlete svůj checklist a za to dostanete přístup k checklistům ostatních.

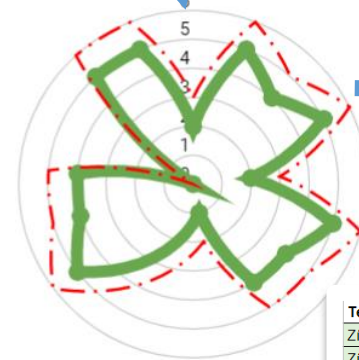
Stačí checklist poslat na checklistycz@gmail.com a dostanete přístup ke sdílené složce na Google Disk, ve které jsou uloženy checklisty ostatních.

Aktuální témata:

- SEO – Optimalizace pro vyhledávače
- PPC
- UX
- Analytika

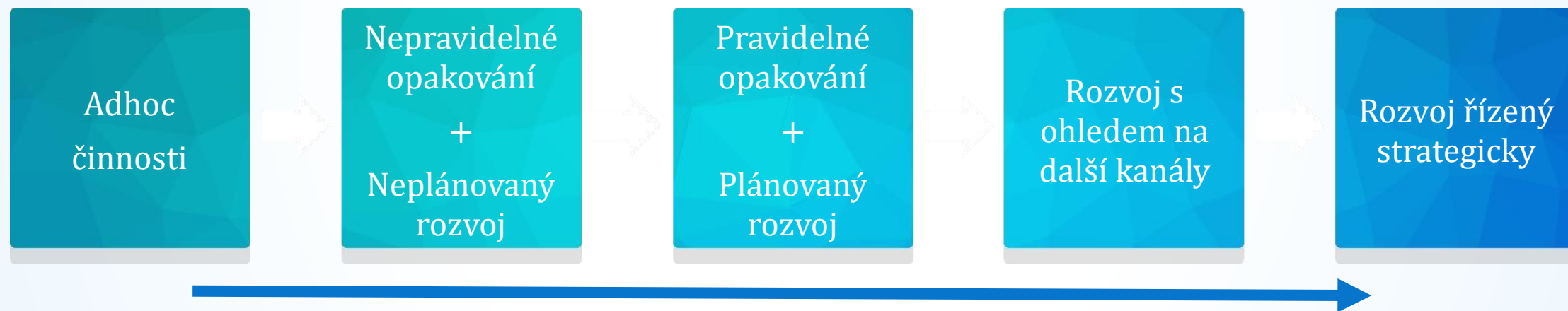
Klíčová slova	Základní
Získávání a práce s klíčovými slovy	☐ O ☐ Z

	[1] Nic moc	[2] Základy	[3] Fokus	[4] Opakování	[5] Komplexnost	[6] Speciality
Klíčová slova a kvalita účtu	X	X	X	X	X	
Typy kampaní	X	X	X			
Vyhodnocování	X	X				
Synergie s okolím	X					



Téma	Zrlost	Úkol
Získávání KW	3	Report vyhledávacích dotazů
Získávání KW	3	Dimenze - výrobci, značky, produktové řady
Získávání KW	3	Dimenze - parametry"
Získávání KW	4	Pravidelná kontrola reportu vyhledávací dotazy
Získávání KW	4	Pravidelné procházení vyhledávacích dotazů v DSA
Získávání KW	4	Pravidelně z Google Analytics - vyhledávání na webu
Získávání KW	4	Pravidelně z Google Analytics - přehled - Klíčová slova - organic
Získávání KW	4	Pravidelně ze Search Console

Řízený rozvoj vyspělosti projektu (maturity model)



- Nekontroluji
- Neřídím

- Nerozumím
- Nekontroluji

- Nerozumím

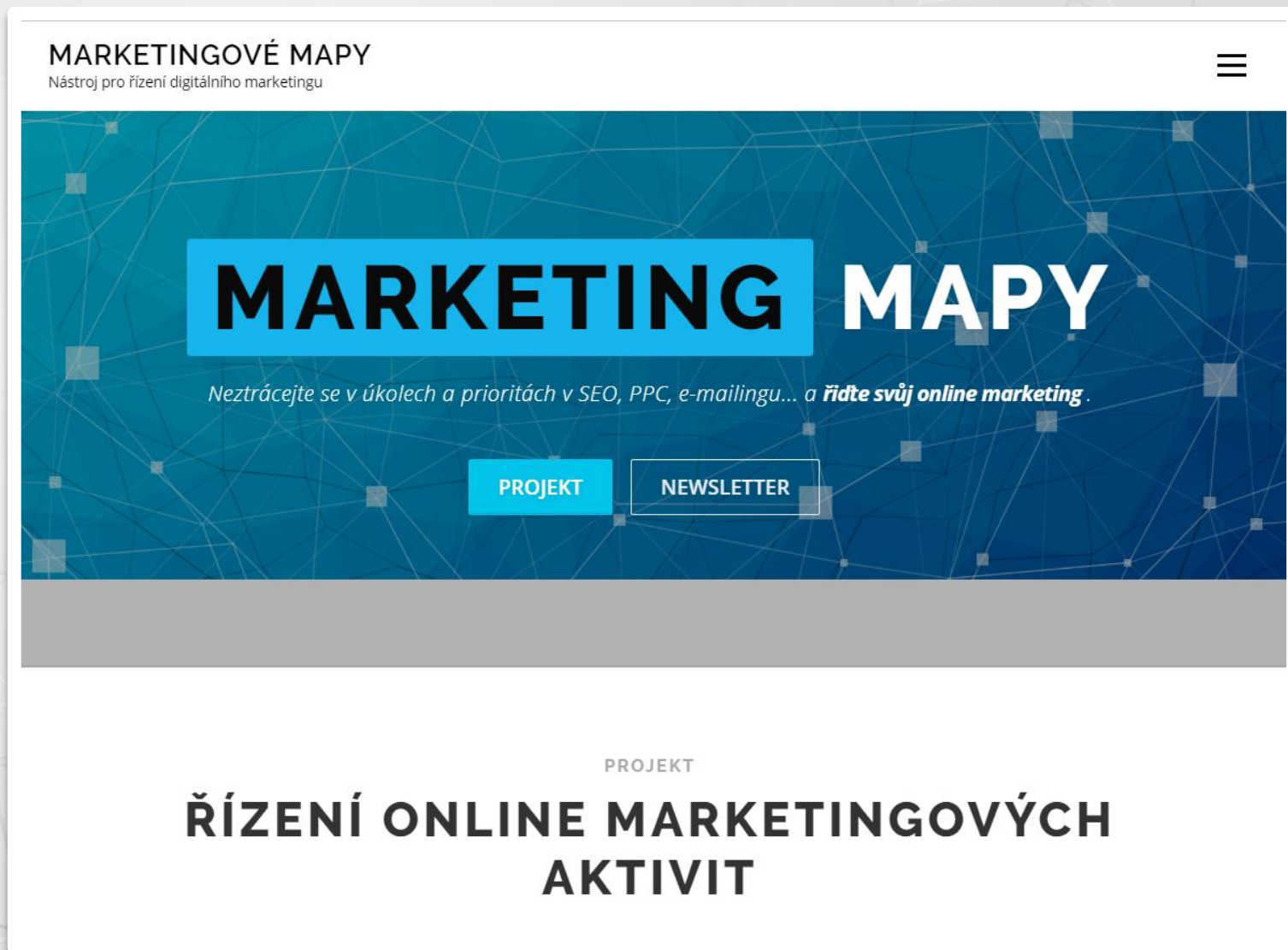
Nekontroluji

- Neřídím

- Rozumím
- Kontroluji
- Řídím



MarketingoveMapy.cz



Proč je to důležité řešit

- Exponenciální prohlubování komplikovanosti marketingových kanálů
- Obrovský růst zdrojů znalostí
- Chybějící nástroje pro uřízení marketingu

Marketingovemapy.cz

Checklisty.cz

Krutis.com/ppcrestart

Michal Krutiš

→ online marketingový stratég → www.krutis.com → [@krutis](https://www.linkedin.com/in/krutis) → [linkedin.com/in/krutis](https://www.linkedin.com/in/krutis)