



# Online Marketing – Social Media a jiné

Facebook.com

Google AdWords

- měření a efektivita



## Kvalita a vášně

Naše práce je založena na znalosti prostředí on-line médií a schopnosti vcítit se do potřeb klienta.

Ke každému projektu přistupujeme s vášní.



## Spokojenost

Zeptejte se našich klientů, jak jsou s námi spokojeni. Určitě jsou :)



## Kontaktujte nás

Budeme rádi, pokud nás pozvete do tendru nebo nás přímo oslovíte poptávkou na konkrétní projekt...

# OBSAH

- Co mít na začátku online kampaní?
- Social Media – Současná situace na CZ trhu
- Facebook – jak je na tom? Co se dá dělat? Užitečné nástroje
- Google AdWords – Co je to Remarketing? Asistované konverze

# Co mít na začátku on-line kampaní

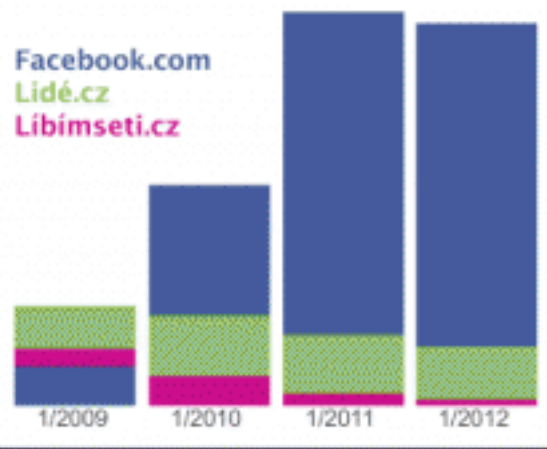
- Produkt
  - Cílovou skupinu
  - Cíl? – prodat, informovat, sběr kontaktů?
  - Připravený web – nejlépe kampaňovou landing page
  - Připravenou sadu formátů (bannery, inzeráty, mailing, PR apod)
  - Otestované měření
- **DŮLEŽITÉ JE SI UVĚDOMIT CO OD KAMPANĚ ČEKÁM. KDY JI VYHODNOTÍM JAKO ÚSPĚŠNOU?**

# SOCIAL MEDIA

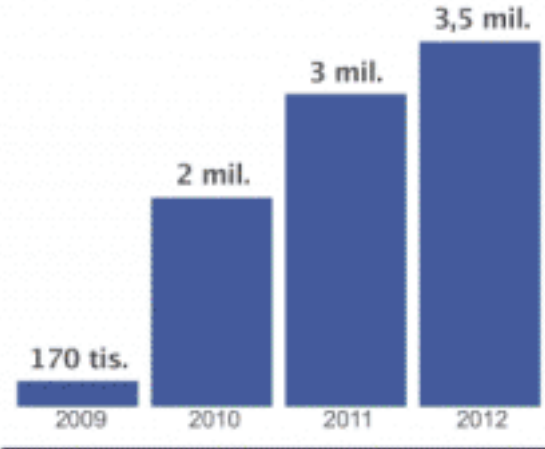
- SOUČASNÝ STAV:
- Twitter – zatím v plenkách
- Linked In – úzká cílová skupina – vhodný pro kampaně cílené na vyšší příjmovou skupinu, specialisty, podnikatele.
- Facebook – výhodný pro oba směry kampaní – PR i Výkon

# Facebook - současnost

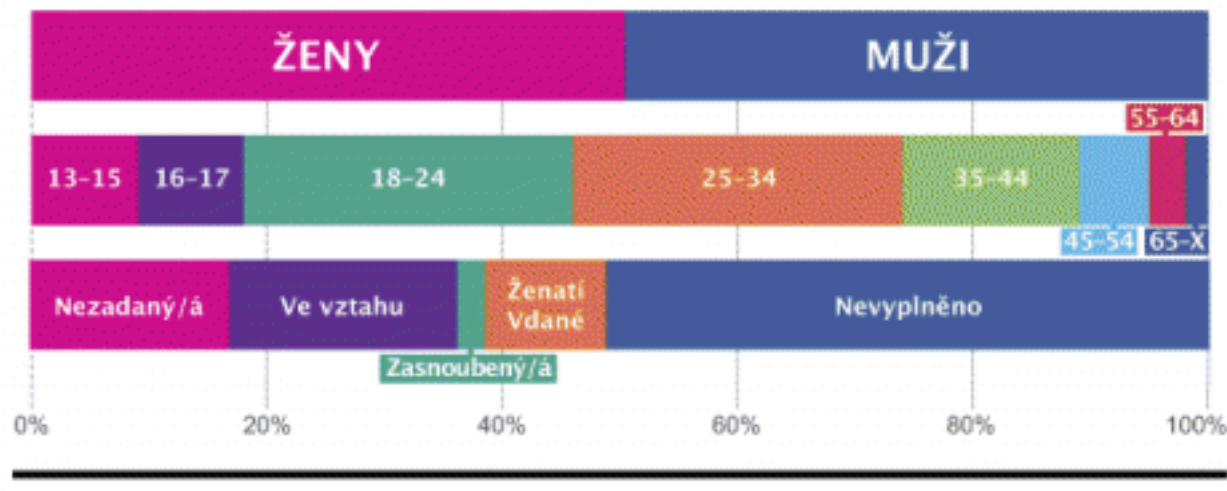
VÝVOJ NÁVŠTĚVNOSTI



VÝVOJ POČTU UŽIVATELŮ

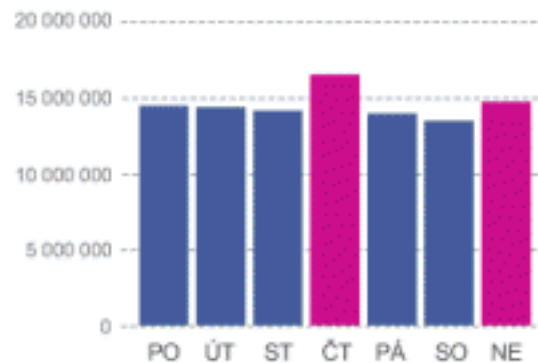


SOCIODEMOGRAFIE - POHLAVÍ - VĚK - VZTAH

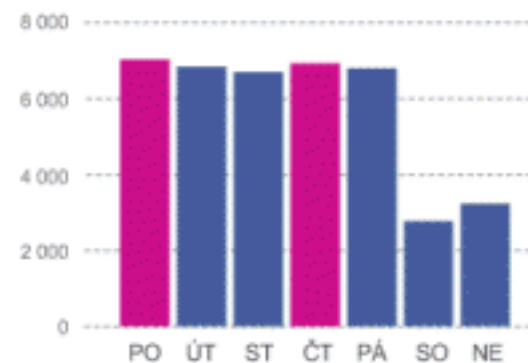


# Facebook - současnost

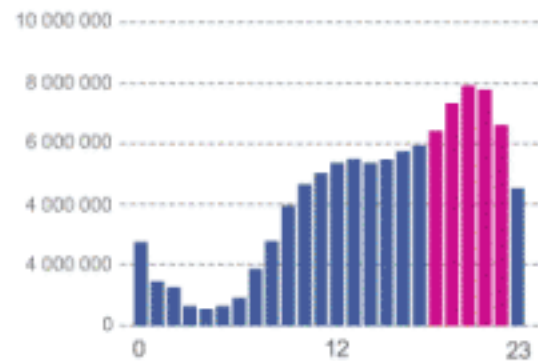
PŘÍSPĚVKY UŽIVATELŮ DLE DNŮ



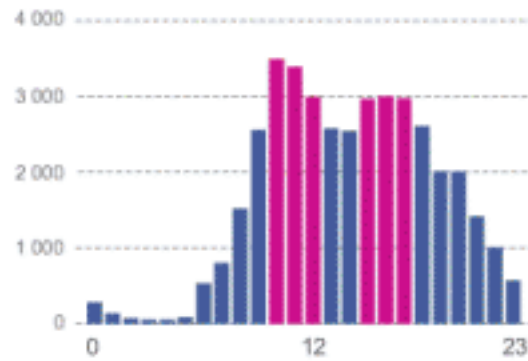
PŘÍSPĚVKY STRÁNEK DLE DNŮ



PŘÍSPĚVKY UŽIVATELŮ DLE HODIN



PŘÍSPĚVKY STRÁNEK DLE HODIN



# Facebook – Konverzní nástroje

7



- VÝHODY
- Jednoduchá tvorba inzerátů (několik desítek, stovek do minuty)
- Usnadnění cílení (rozdělení inzerátů na věkové skupiny, zájmové činnosti, stav apod. ...)
- Poloautomatická optimalizace vzhledem k dosaženým konverzím

# Google AdWords - remarketing

8

- **PODSTATA:**
- Identifikace uživatele se zájmem o produkt (návštěva produktové karty)
- Zobrazování reklam na dalších stránkách v síti Google
- Větší možnost ovlivnění nákupu (další akce, doprava zdarma, sleva apod).
- **HIT:** Levná a výkonná metoda platba CPC (za kliknutí)





# Google AdWords - Měření

	Basic Channel Grouping Path	Source/Medium Path	Conversions	Conversion Value
1.	Paid Search → Paid Search	google / cpc → google / cpc	69	\$6,500.00
2.	Paid Search → Paid Search	sklik / cpc → sklik / cpc	30	\$2,500.00
3.	Paid Search → Paid Search	sklik / cpc → google / cpc	30	\$3,000.00
4.	Paid Search → Paid Search	google / cpc → sklik / cpc	28	\$2,750.00
5.	Paid Search → Paid Search → Paid Search	google / cpc → google / cpc → google / cpc	27	\$3,000.00
6.	Paid Search → Direct	google / cpc → (direct) / (none)	26	\$2,000.00
7.	Organic Search → Organic Search	seznam / organic → seznam / organic	26	\$2,250.00
8.	Organic Search → Paid Search	seznam / organic → sklik / cpc	23	\$2,000.00
9.	Paid Search → Organic Search	sklik / cpc → seznam / organic	21	\$1,750.00
10.	Direct → Direct	(direct) / (none) → (direct) / (none)	17	\$1,000.00

- Asistovaná konverze – díky správnému „označení“ URL můžeme detailněji sledovat chování uživatelů od první návštěvy až po konverzi
- Výborný prvek pro příští rozhodování kam jít s kampaní

# Děkujeme za váš čas

Jan Kurel

739 542 750

Honza@fragile.cz



## Kvalita a vášeň

Naše práce je založena na znalosti prostředí on-line médií a schopnosti vcítit se do potřeb klienta.

Ke každému projektu přistupujeme s vášní.



## Spokojenost

Zeptejte se našich klientů, jak jsou s námi spokojeni. Určitě jsou :)



## Kontaktujte nás

Budeme rádi, pokud nás pozvete do tendru nebo nás přímo oslovíte poptávkou na konkrétní projekt...