

Propagace a média (nk2285)

Michal Jilka

Struktura seminářů

Datum	Téma
8.3.	Představení a seznámení s obsahem předmětu Specifika sportovního marketingu, marketingová komunikace a komunikační mix, Corporate Identity, Public relations a mediální plánování, Brand Awareness
29.3.	Digitální marketing – e-mailing, sociální sítě, SEO, PPC, analytika
26.4.	Digitální marketing – webové stránky, PRE proces – audit, cíle, strategie a plány

Úkol z minule

- Domluvit se na projektech:
 - Skupiny, nebo jednotlivec
 - Vybrat sportovní akci
 - Zapsat se do tabulky (DDL 17.3.): <https://bit.ly/2C9pbtI>

Digitální marketing

- Nejmodernější a neustále se rozvíjející nástroj komunikačního mixu
- „Co bylo aktuální před půl rokem, nemusí být aktuální nyní“



Nástroje digitálního marketingu

- Webové stránky
- Elektronická pošta (e-mail)
- Sociální sítě
- Mobilní komunikace
- Mobilní aplikace
- Virtuální realita
- Organické vyhledávání
- Placená reklama a propagace

**NUTNÉ VĚDĚT DOPŘEDU, JAKÝ OBSAH
CHCI V RÁMCI DANÉHO NÁSTROJE
KOMUNIKOVAT!**

Analytika

Důležitost analytiky

„Pokud nejste schopni měřit své výsledky, nemůžete ani nic zlepšovat.“
Barry Leggether (Asociace pro měření a evaluaci komunikace)

- Nástroje na měření:
 - Google Analytics, Piwik, Matomo aj.
- Kdo mi chodí na web, z jakých zdrojů, z jakých zařízení, jaké nejčastěji navštěvuje stránky...

UTM parametry

- Díky nim známe zdroje návštěvnosti webu a můžeme vyhodnocovat kampaně

Campaign

- Váš vlastní název kampaně

Source:

- newsletter
- facebook
- linkedin
- google
- seznam

Medium:

- social
- cpc
- referall
- display

Content (mail)

- header
- footer
- cta
- link
- image

<https://raventools.com/marketing-reports/google-analytics/url-builder/>

<http://bit.ly/2O1PzKX>



Vážení sportovní přátelé,
také v roce 2018 bude druhá polovina června florbalově patřit **Hummel Open Game**. V pořadí již 12. ročník tohoto brněnského turnaje se letos uskuteční v termínech **21. – 24. června** (Hummel Open Game KIDS) a **28. června – 1. července** (Hummel Open Game ADULTS).
Turnaj má každoročně stoupající tendenci nejen z pohledu množství týmů, kterých do Brna přijede více než 300, ale také co do kvality jednotlivých zápasů.
Přijďte změřit síly se špičkovými soupeři i přáteli, které během sezóny nepotkáte a užít si atmosféru spojenou s turnajem Hummel Open Game.

[Registruj svůj tým](#)

Pár čísel z 11. ročníku:

- 342 týmů z 8 evropských zemí
- 13 kategorií
- 4 829 hráčů
- 1 036 zápasů
- 8 121 gólů

*Za pořadatelský tým,
Dan Koubek
+420 777 629 254
koubek@opengame.cz
www.opengame.cz
www.facebook.com/hummelopengame/*

V případě, že nechcete dostávat informace z našeho systému, prosím klikněte [ZDE](#) pro odhlášení. Žádné další informace Vám již nebudou zasílány. Za vzniklé problémy se omlouváme. Děkujeme

www.opengame.cz?utm_campaign=leden2018&utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_content=banner


www.opengame.cz?utm_campaign=leden2018&utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_content=cta

www.opengame.cz?utm_campaign=leden2018&utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_content=link

Biathlon NMNM
Zveřejněno Michalem Jilkou [?] · 8. března v 16:04 · 🌐

Tak je to tady! 🤔 Odpověď na několik desítek dotazů, které začaly 23.12. večer (ano, cca hodinu po skončení závodů v loňském prosinci jsme měli první tento dotaz...)! 😊 Kdy začne prodej vstupenek na SP 2019/2020?!


<https://www.biatlon.cz/do-roka-a-do-dne-prodej-vstupenek-n.../>



Český biatlon
8. března v 15:44 · 🌐

Do roka a do dne. 😊 Spouštíme prodej lístků na Světový pohár v Novém Městě na Moravě, který se uskuteční přesně za rok, od 2. do 8. března 2020.

Info k předprodeji najdete už teď na webu biatlon.cz



BIATLON.CZ
Do roka a do dne. Prodej vstupenek na SP 2019/20 v NMNM zahájen | Český Biatlon

👍 🤔 🗨️ 529
18 komentářů 45 sdílení

www.biatlon.cz/do-roka-a-do-dne-prodej-vstupenek-na-sp-2019-20-v-nmnm-zahajen/?utm_campaign=zahajeni-prodeje&utm_source=facebook-biathlonnmnm&utm_medium=social

www.biatlon.cz/do-roka-a-do-dne-prodej-vstupenek-na-sp-2019-20-v-nmnm-zahajen/?utm_campaign=zahajeni-prodeje&utm_source=facebook-ceskybiatlon&utm_medium=social

Troška názvosloví aneb jaké máme metriky

- Uživatel = prohlížeč (Cookies) = jeden člověk / více lidí...
- Návštěva = příchod uživatele na web, kdy se začne měřit?
 - 1. příchod na web, 30 min nečinnosti a pokračuje v prohlížení = 2 návštěvy
 - 2. příchod ze dvou zdrojů – přijde z mailu a pak si to vyhledá na Googlu
 - 3. vždy o půlnoci – 23:59:55 první návštěva, 00:00:03 = druhá návštěva
- Zobrazení stránek = celkový počet zobrazených stránek

Hurá do GA

<http://analytics.google.com/analytics/>

E-mail marketing

E-mail marketing

- Efektivní způsob, jak oslovit zákazníky
- Úspěšnost e-mailingu – Click through rate (CTR) a konverzní poměr
- CTR = poměr mezi počtem kliknutí na reklamu (resp. prokliků) a celkovým počtem zobrazení reklamy
- Konverzní poměr = procentuální vyjádření počtu lidí, kteří provedli námi požadovanou akci (např. odeslali z webu objednávku)

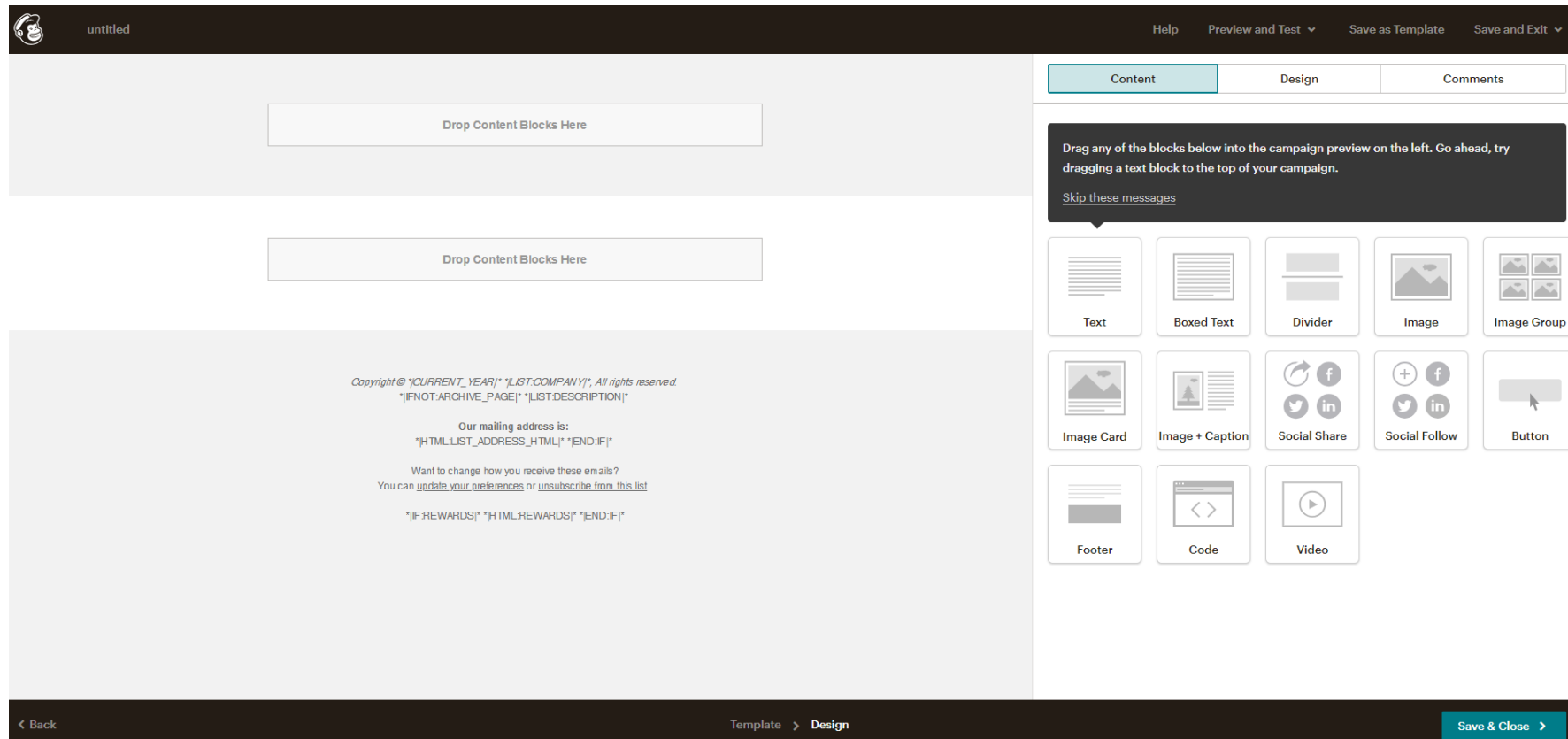
	Termín rozesílky	Odesláno	Doručeno	Doručeno %	Otevřeno	Otevřeno %	Prokliky na web	CTR %	Konverze	Konverze %
Lednová kampaň	16. 1. 2017	10 621	9 654	90,9 %	2 017	18,99 %	326	3,07 %	54	0,56 %

E-mail marketing

- Nejdůležitější je nadpis
- Pozor na STOP slova – slova, kvůli kterým spadne mail do spamu
- Exklusivní obsah – žádné dlouhé texty, není to tisková zpráva
- Pozor na velikost celého mailu (obrázky, zobrazení na mobilních zař.)
- Nezapomenout na Call To Action button (CTA) a UTM parametry
- Jak se tvoří e-mail: tužka a papír, mockup, nástroje, kódování...

E-mail marketing

- Nástroje: SmartEmailing, [MailChimp](#), GetResponse, Mandrilla...



E-mail squint test - důležitost CTA





Vážení sportovní přátelé,
také v roce 2018 bude druhá polovina června florbalově patřit **Hummel Open Game**. V pořadí již 12. ročník tohoto brněnského turnaje se letos uskuteční v termínech **21. – 24. června** (Hummel Open Game KIDS) a **28. června – 1. července** (Hummel Open Game ADULTS).

Turnaj má každoročně stoupající tendenci nejen z pohledu množství týmů, kterých do Brna přijede více než 300, ale také co do kvality jednotlivých zápasů.

Přijďte změřit síly se špičkovými soupeři i přáteli, které během sezóny nepotkáte a užít si atmosféru spojenou s turnajem Hummel Open Game.

[Registruj svůj tým](#)

Pár čísel z 11. ročníku:

- 342 týmů z 8 evropských zemí
- 13 kategorií
- 4 829 hráčů
- 1 036 zápasů
- 8 121 gólů

Za pořadatelský tým,

Dan Koubek

+420 777 629 254

koubek@opengame.cz

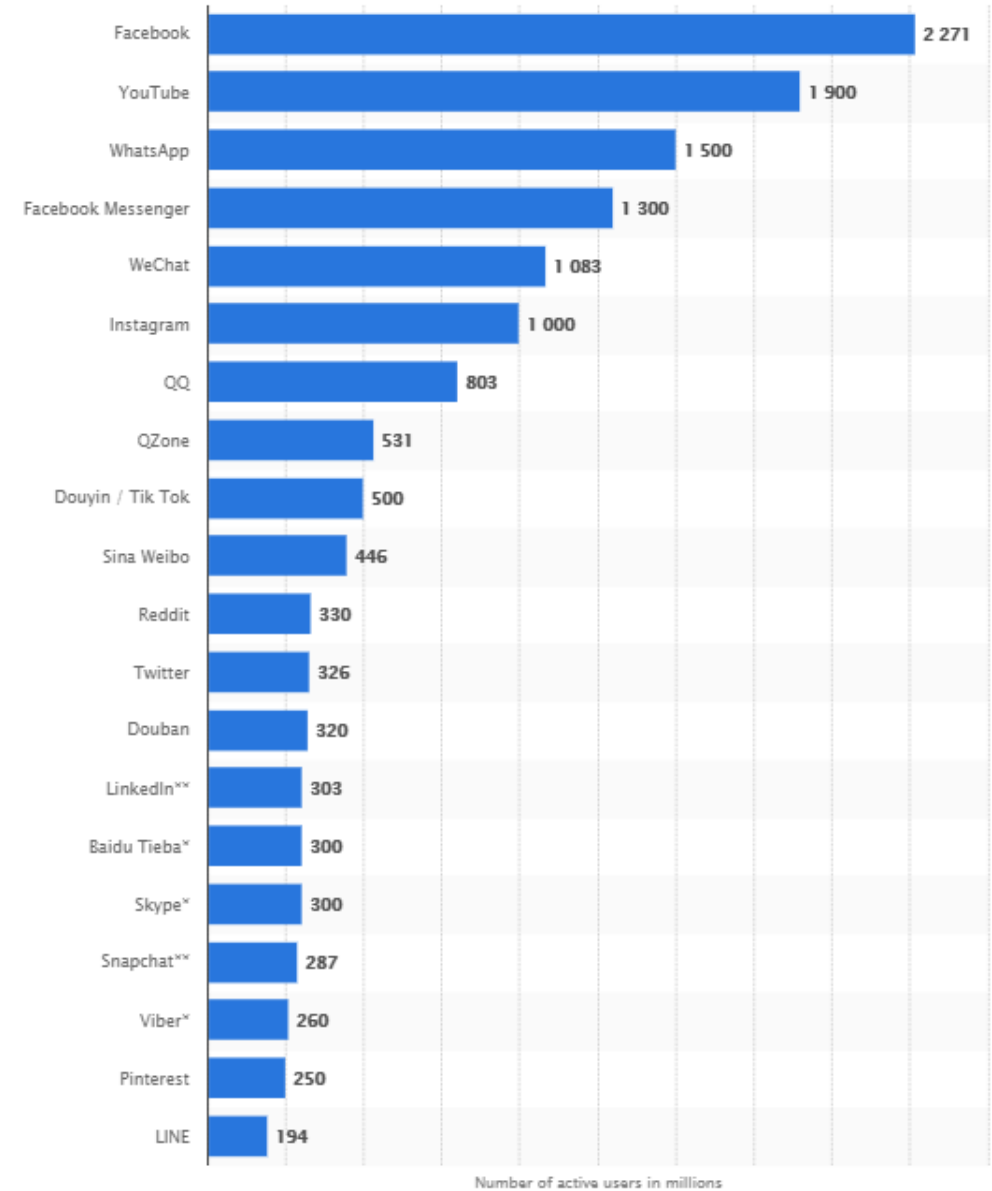
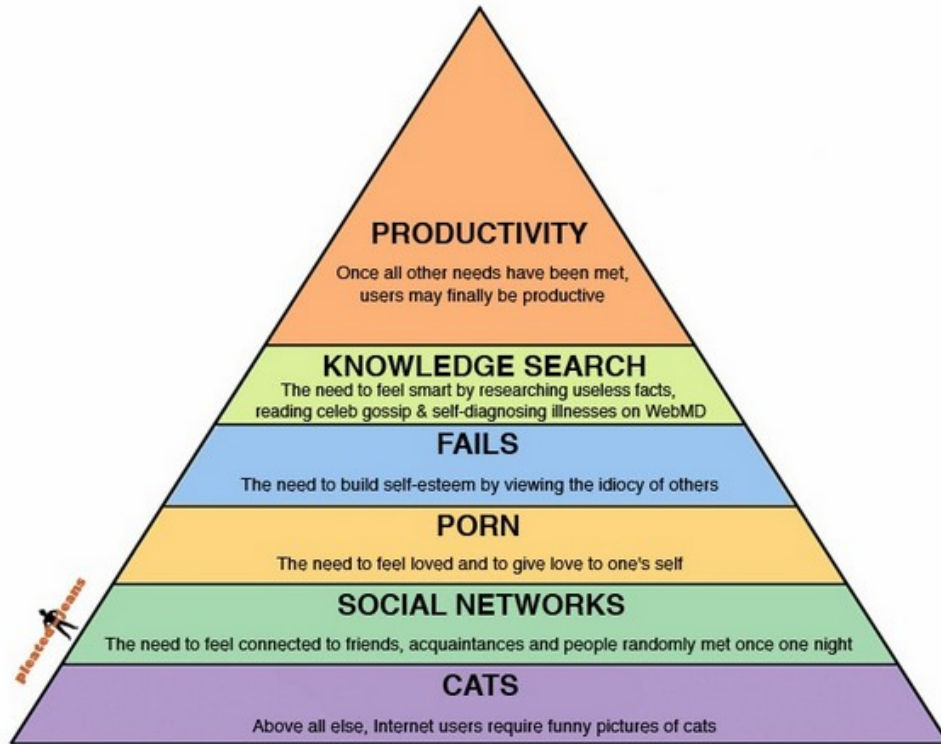
www.opengame.cz

www.facebook.com/hummelopengame/

V případě, že nechcete dostávat informace z našeho systému, prosím klikněte [ZDE](#) pro odhlášení. Žádné další informace Vám již nebudou zaslány. Za vzniklé problémy se omlouváme. Děkujeme

Sociální sítě

Maslow's Hierarchy of Internet Needs



Než vůbec začnete

- Definujte si cíle, co vám mají sociální sítě přinést
 - Podpora prodeje?
 - Zvýšení návštěvnosti webu?
 - Konverzace se zákazníky?
 - Zvýšení důvěryhodnosti?
 - HR marketing?
- Určete zodpovědnou osobu, která se bude o stránky starat
- Vypracujte strategii a podrobný redakční plán včetně aktualizace stránky
- Placené kampaně?
- B2B vs. B2C

**OBJEVUJTE, TESTUJTE,
ZKOUŠEJTE**

Jak se dají využívat sociální sítě?

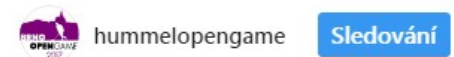
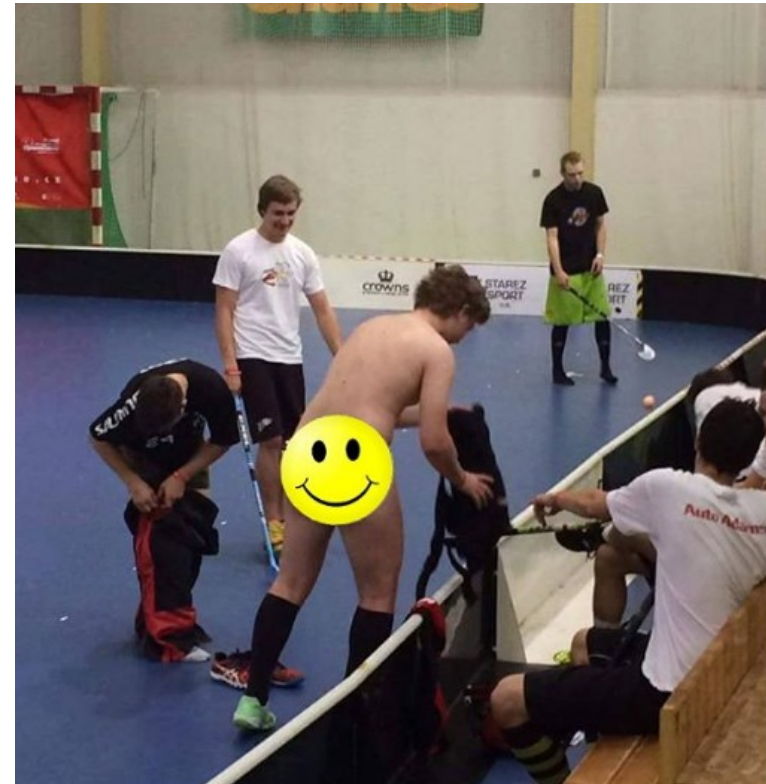
- Podpora značky (branding)
- Udržování a prohlubování vztahů, tzv. customer care
- Lead generation
- Virální marketing
- PR aktivity
- Budování komunity
- Krizová komunikace
- ...

Facebook

- Propojení s ostatními sociálními sítěmi
- Nutné se odlišit, dělat atraktivní obsah
- Co platí u jednoho účtu, nemusí platit u účtu druhého
- [Business manager](#) – jak na to [zde](#)
 - správa firemní stránky
 - správa a tvorba reklam
 - tvorba okruhů uživatelů
 - Facebook pixel...
- Placené bannery (tzv. dark posty) – [kontrola obrázků](#)

Instagram

- Opět nutný atraktivní obsah – obrázky, videa, boomerang, živé vysílání, swipe /10 tis. followers/...
- Vytvoření unikátních hashtagů
- Využívání oblíbených hashtagů (<https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-hashtags>)
- Stories vs. fotky vs. živá videa



29 To se mi líbí 38 týd.

hummelopengame Na halách je letos opět vedro :-)
#hummelopengame #hog2016 #floorballtournament #summer #summertournament #letniturnaj #inebandy #unihockey #floorball

Search engine marketing (SEM)

	Výhody
SEO	<ul style="list-style-type: none">• Budování dlouhodobé hodnoty a pozice• Velký zásah a budování povědomí o značce/brandu• Lidé věří více organickému výsledku vyhledávání• Neplatí se za zobrazení ani za proklik
PPC (Pay Per Click)	<ul style="list-style-type: none">• Rychlé, téměř okamžité výsledky• Všechno je možné změřit a vyhodnotit• Za výsledky se platí• Velmi přesné cílení a kontrola nad sdělením

SEO

- On-page faktory – faktory na stránce (kvalita struktury zdrojového kódu, provázanost obsahu s klíčovými slovy, přehlednost stránek, aktuálnost a jedinečnost obsahu)

vs.

- Off-page faktory – faktory mimo samotný web (analýzy klíčových slov a frází, analýzy konkurence, linkbuilding...)

On-page faktory – URL, titles, description

- URL adresa – jednoduchá a srozumitelná uživatelům
- Title
 - **titulek stránky**, který se zapisuje mezi tagy <title></title> a hraje klíčovou roli v komunikaci s vyhledávacími roboty.
 - Titulkem říkáme robotům, co konkrétně se na dané URL nachází a jaký obsah má očekávat.
 - Pokud například máme stránku s hokejky Salming, nemůžeme mít obecný title ve smyslu „*florbalové hokejky*“ nebo „*hokejky*“, ale nejlépe title v podobě „*Hokejky Salming*“, nebo
- Description
 - Popisek dané stránky

On-page faktory – struktura nadpisů

- Každá stránka by měla v základu obsahovat nadpis první úrovně – **H1**. Tento nadpis rámuje dokument a říká nám, o čem daný text je.
- Nadpisy dalších úrovní – **H2, H3, H4, ...** - poté slouží ke zlepšení struktury textu a vyšší přehlednosti.
- I u nadpisů hrají roli vhodně zvolená klíčová slova
- Nadpisy všech úrovní jsou, stejně jako titulky a URL adresy, jedny z nejdůležitějších hodnotících on-page faktorů pro roboty a jednotlivé vyhledávací nástroje



100% Kč % .0 .00 123 Arial 10 B I U A

fx

	A	B	C	D
1				
2	Název stránky	Title	URL	Description
3	Domovská stránka	CloseIT Domovská stránka	domovska-stranka	Jsme CloseIT. Vyvíjíme softwarové a businessové řešení, které našim klientům umožňuje soustředit se na vlastní obchodní cíle.
4	Kdo jsme	CloseIT Kdo jsme	kdo-jsme	Jsme tým, který žije vymyšlením jedinečných řešení. Již od roku 2013 vyvíjíme unikátní softwarová řešení pro firmy, které chtějí zlepšit svůj business.
5	Reference	CloseIT Reference	reference	Roky zkušeností nám ukázaly, že business a IT patří neoddělitelně k sobě, a proto je držíme v jedné rovině ve všech částech celého procesu.
6	Blog	CloseIT Blog	blog	V srdci hlavního města Evropy pro vývoj softwaru, mateřského města Brna, jsme spustili blog o IT.
7	Přidej se k nám	CloseIT Přidej se k nám	pridej-se-k-nam	Jsme kolektiv plný nadšenců, kteří si užívají svou práci i čas strávený s kolegy. My se tu cítíme jako doma. V oblasti businessu, IT vývoje a agilní metodiky má náš tým mnoho let zkušeností, které implementujeme i do našich procesů.
8	Ochrana osobních údajů	CloseIT Ochrana osobních údajů	ochrana-osobnich-udaju	Účelem těchto stránek je poskytnout vám informace o zpracování vašich osobních údajů a vašich právech, která jsou s nimi spojena, v rámci využívání těchto webových stránek společnosti CloseIT s.r.o.
9	404	CloseIT 404	404	Omlouváme se, ale požadovaná stránka nejspíš zmizela.
10				
11				
12	Home	CloseIT Home	home	We are CloseIT. We are an innovative studio. We develop software and business solutions that enable our clients to focus on their own business goals.
13	Who We Are	CloseIT Who We Are	who-we-are	We are the team that lives for and loves creating unique solutions. Since 2013, we have been developing unique software solutions for companies that want to improve their business.
14	CloseIT Blog	CloseIT Our blog	our-blog	In the heart of the software development capital of Europe, the mother city of Brno, we launched a blog about IT.
15	Contacts	CloseIT Contacts	contacts	Let us know and we'll call back.
16	Model Governance Suite	CloseIT Model Governance Suite	model-governance-suite	Model Governance Suite is model risk management tool to govern risk of much higher number of models without increasing the team size.
17	Join Us	CloseIT Join Us	join-us	We are a team full of enthusiasts who enjoy their work and time spent with colleagues. In the area of business, IT development, and agile methodology, our team has many years of experience that we implement in our processes.

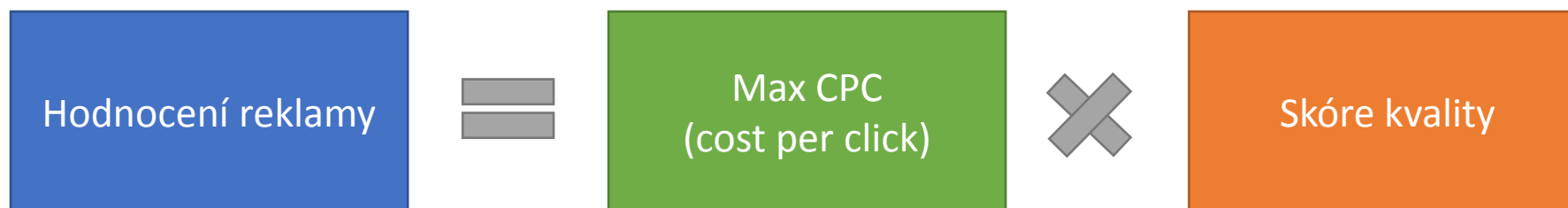
PPC

- Platba za klik = inzerent platí ve chvíli, kdy uživatel klikne na reklamu
- 2 způsoby:
 - Reklama ve vyhledávání – reklama dle klíčových slov (KW)
 - Reklama v obsahové síti – bannerová reklama (po vypnutí AdBlocku)



PPC – aukční systém

- Cíle:
 - Být na co nejvyšší pozici
 - Být vidět = brand
 - Konverze



- Skóre kvality = míra prokliku (CTR), relevance vyhledávacího dotazu, kvalita vstupní stránky – posuzováno Googlem ([RankBrain](#)).

Vyberte cíl, jehož splnění by znamenalo úspěch celé kampaně ?



Prodej



Potenciální zákazníci



Návštěvnost webu



Zvažování produktu a značky



Povědomí o značce a zásah



Propagace aplikací



Vytvořit kampaň bez zvoleného cíle



Vyberte typ kampaně ?

Vyhledávací



Oslovte zájemce o vaše produkty nebo služby pomocí textových reklam

Obsahová



Zobrazujte různé druhy reklam po celém internetu

Nákupy



Propagujte produkty pomocí reklam v Nákupch Google

Video



Oslovte a zaujměte diváky na YouTube i na celém internetu

Aplikace



Propagujte instalace aplikací v sítích Google

Analýza klíčových slov (AKW)

Selský rozum	<ul style="list-style-type: none">✓ Všeobecné názvy produktů / kategorie✓ Specifikace produktu (cena, příd. jména)✓ Synonyma
Nástroje	<ul style="list-style-type: none">✓ Keyword Planner v Adwords, Našeptávač Skliku, Keywordtool✓ Běžné vyhledávací našeptávače✓ Data konkurence (Similarweb, SEMrush)
Vlastní data	<ul style="list-style-type: none">✓ Google Analytics✓ Search Console✓ Search Term Report aj.

Kabátová, M. (2017)

<https://adwords.google.com/>

<https://www.sklik.cz/>

<https://keywordtool.io/>

Hledání klíčových slov

- **[klíčové slovo] = přesná shoda**

- Reklama se spustí, když někdo vyhledá naprosto přesný výraz
- Příklad: reklama nastavená na spojení „boty Adidas“ se zobrazí ve chvíli, kdy někdo zadá do vyhledávače „boty Adidas“

- **"klíčové slovo" = frázová shoda**

- Reklama se spustí, když někdo vyhledá výraz se slovy před nebo za
- Příklad: reklama nastavená na spojení „boty Adidas“ se zobrazí ve chvíli, kdy někdo zadá do vyhledávače „černé boty Adidas na běhání“

- **klíčové slovo = volná shoda**

- Při vyhledávání může být jenom „Adidas“, nebo jenom „boty“, různá synonyma, pořadí apod.

AKW

- Využít našeptávač klíčových slov např. v [Google Adwords](#)
- Vytvořit seznam klíčových slov – např. importem staženého CSV
- Očistit je o nerelevantní
- Získat údaje z KW planneru
- Klasterizace = podobná slova dát dohromady
- Vytvořit dimenze a klasifikovat vybraná KW
- Spočítat náklady a zařadit je do reklamní sestavy

Běžecké boty

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Min search volume	Max search volume	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
běžecké boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,84	5,74
adidas boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	5,39	17,83
běžecké boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,46	6,32
boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,58	7,09
tenisky adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,86	5,68
boty nike	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,16	5,65
běžecké boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,65	6,07
nike boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,13	4,31
adidas boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	6,66	15,45
zimní boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,83	6,88
dámské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,64	15,54
adidas obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,02	14,22
běžecké boty mizuno	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4	10,06
obuv adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,49	14,2
boty adidas dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,02	17,96
pánské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,82	4,16
adidas boty pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,83	5,52
adidas běžecké boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,86	5,02
adidas zimní boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,83	6,21
boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,86	6
běžecké boty dámské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,59	11,12
adidas pantofle	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	5,69
nike boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	6,35
nike obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,06	5,45
pánská běžecká obuv	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	5,17	12,99
zimní boty nike	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,45	4,91
běžecká obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,65	10,4
zimní boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3	6,22
adidas originals boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,6	7,09
běžecká obuv adidas	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	3,63	14,16
pánské zimní boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,34	7,07
sportovní boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,84	6,94
dámské běžecké boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,03	15,55
pánské běžecké boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,38	12,81

Očištění od relevantních

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Min search volume	Max search volume	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,84	5,74
adidas boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	5,39	17,83
běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,46	6,32
boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,58	7,09
tenisky adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,86	5,68
boty nike	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,16	5,65
běžecské boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,65	6,07
nike boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,13	4,31
adidas boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	6,66	15,45
zimní boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,83	6,88
dámské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,64	15,54
adidas obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,02	14,22
běžecské boty mizuno	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4	10,06
obuv adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,49	14,2
boty adidas dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,02	17,96
pánské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,82	4,16
adidas boty pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,83	5,52
adidas běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,86	5,02
adidas zimní boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,83	6,21
boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,86	6
běžecské boty dámské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,59	11,12
adidas pantofle	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	5,69
nike boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	6,35
nike obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,06	5,45
pánská běžecská obuv	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	5,17	12,99
zimní boty nike	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,45	4,91
běžecská obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,65	10,4
zimní boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3	6,22
adidas originals boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,6	7,09
běžecská obuv adidas	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	3,63	14,16
pánské zimní boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,34	7,07
sportovní boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,84	6,94
dámské běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,03	15,55
pánské běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,38	12,81

Klasterizace

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Min search volume	Max search volume	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)
běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,84	5,74
adidas boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	5,39	17,83
běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,46	6,32
boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,58	7,09
boty nike	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,16	5,65
běžecské boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,65	6,07
nike boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,13	4,31
adidas boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	6,66	15,45
dámské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,64	15,54
adidas obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,02	14,22
běžecské boty mizuno	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4	10,06
obuv adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,49	14,2
boty adidas dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,02	17,96
pánské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,82	4,16
adidas boty pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,83	5,52
adidas běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,86	5,02
boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,86	6
běžecské boty dámské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,59	11,12
adidas pantofle	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	5,69
nike boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	6,35
nike obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,06	5,45
pánská běžecská obuv	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	5,17	12,99
běžecská obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,65	10,4
zimní boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3	6,22
běžecská obuv adidas	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	3,63	14,16
sportovní boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,84	6,94
dámské běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,03	15,55
pánské běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,38	12,81

Dimenze a klasifikace

Keyword	Currency	značka	pohlaví	barva	specializace
běžecské boty	CZK				běh
adidas boty	CZK	adidas			
běžecské boty adidas	CZK	adidas			běh
boty adidas	CZK	adidas			
boty nike	CZK	nike			
běžecské boty nike	CZK	nike			běh
adidas boty dámské	CZK	adidas	dámské		
adidas obuv	CZK	adidas			
běžecské boty mizuno	CZK	mizuno			běh
boty adidas dámské	CZK	adidas	dámské		
pánské boty adidas	CZK	adidas	pánské		
adidas běžecské boty	CZK	adidas			
běžecské boty dámské	CZK		dámské		
nike boty dámské	CZK	nike	dámské		
nike obuv	CZK	nike			
pánská běžecská obuv	CZK		pánské		běh
běžecská obuv	CZK				
zimní boty adidas pánské	CZK	adidas	pánské		
běžecská obuv adidas	CZK	adidas			běh
sportovní boty nike	CZK	nike			sport
dámské běžecské boty adidas	CZK	adidas	dámské		
pánské běžecské boty	CZK		pánské		

Výběr vhodných frází do reklamní sestavy

Keyword	Currency	Avg. monthly searches	Min search volume	Max search volume	Competition	Competition (indexed value)	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	značka	pohlaví	barva	specializace
běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,84	5,74				běh
adidas boty	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	5,39	17,83	adidas			
běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,48	6,32	adidas			běh
boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,58	7,09	adidas			
boty nike	CZK	Nelze použít	10 000	100 000	Vysoká	100	2,16	5,65	nike			
běžecské boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,65	6,07	nike			běh
adidas boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	6,66	15,45	adidas	dámské		
adidas obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,02	14,22	adidas			
běžecské boty mizuno	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4	10,06	mizuno			běh
boty adidas dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	3,02	17,96	adidas	dámské		
pánské boty adidas	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,82	4,16	adidas	pánské		
adidas běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,88	5,02	adidas			
běžecské boty dámské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,59	11,12		dámské		
nike boty dámské	CZK	Nelze použít	1 000	10 000	Vysoká	100	2,99	6,35	nike	dámské		
nike obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,06	5,45	nike			
pánská běžecská obuv	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	5,17	12,99		pánské		běh
běžecská obuv	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3,65	10,4				
zimní boty adidas pánské	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	3	6,22	adidas	pánské		
běžecská obuv adidas	CZK	Nelze použít	10	100	Vysoká	100	3,63	14,16	adidas			běh
sportovní boty nike	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	2,84	6,94	nike			sport
dámské běžecské boty adidas	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,03	15,55	adidas	dámské		
pánské běžecské boty	CZK	Nelze použít	100	1 000	Vysoká	100	4,38	12,81		pánské		

Pojďme si to vyzkoušet prakticky

<https://ads.google.com/>

lucie.malkova2018@gmail.com

fsps.muni.2019

Úkol na příště a do projektů

- 2x příspěvek na Facebooku – včetně copy, grafiky, odkazu na váš web i analytiky...
- 2x příspěvek na Instagramu – včetně copy, grafiky, hashtagů aj.
- 1x e-mail – včetně copy, grafiky /mockup nebo Mailchimp.../, CTA s odkazem na váš web
- Vytipujte a vytvořte si relevantní klíčová slova pro vaši webovou stránku – příště s tím budeme pracovat (Title, description, nadpisy...) – **tato slova umístit i do projektů – příště s tím budeme pracovat**
- Dobrovolné: vytvořte v BM cílovou skupinu pro vaši akci – výstup v podobě printscreenu, nebo popisu

Tipy na závěr

- Digisemestr
- PPC - <http://www.zaklik.cz/>
- AKW - <https://www.marketingminer.com/cs/blog/analyza-klicovych-slov.html>
- Google Digital Garage
- Certifikace Google – Analytics, AdWords
- Google Analytics – testovací demo účet
- Zkoušejte, testujte, najděte si to pravé... :-)