

7 rad pro založení úspěšné kampaně Sklik

1. Spočítejte si rentabilní cenu

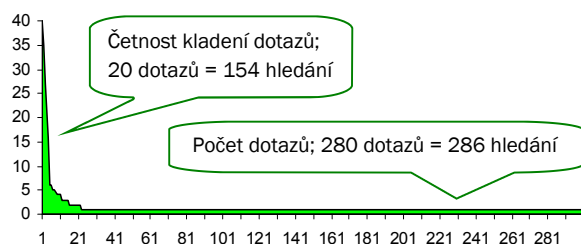
V Skliku si sami můžete určit cenu, kterou jste ochotni zaplatit za klik. Využijte toho a svou maximální rentabilní cenu za klik si předem spočítejte a průběžně kontrolujte podle tohoto vzorečku:

$$3,60 = (200 \times 0,02) - (2000 / 5000)$$

Co vzoreček ukazuje? Má-li pro vás získaný zákazník průměrnou hodnotu 200 Kč a konverzní poměr vašeho webu činí 2 % (ze 100 návštěvníků se stanou dva zákazníci), je nejvyšší rentabilní cena za klik 4 Kč. Odečtením režijních nákladů, tj. zejména ceny vašeho času stráveného správou kampaně, se cena ještě sníží na 3,60 Kč.

2. Zaměřte se na dlouhý ocas

Nezkušení inzerenti cílí jen na několik nejčastěji hledaných dotazů. Více návštěvníků ovšem mohou přinést dotazy, které jsou jednotlivě pokládány zřídka. Tento jev se nazývá dlouhý ocas (*long tail*).



Graf ukazuje, že několik nejčastěji kladených dotazů představuje mnohem menší objem hledání, než veliký počet dotazů kladených jednotlivě jen zřídka. Dotazy z dlouhého ocasu navíc bývají levnější.

3. Tvořte malé reklamní sestavy

Všechna svá klíčová slova rozdělte do malých skupin s relevantními inzeráty. Prodáváte-li např. hodinky, založte si sestavy pro pánské hodinky, dámské hodinky, dětské hodinky, zlaté hodinky a hodinky jednotlivých značek. Jednu sestavu vyhradte i obecnému slovu hodinky v přesné shodě.

Spojením malého okruhu konkrétních frází s výstižným inzerátem dosáhnete mnohem vyšší míry prokliku (CTR) a tím i lepší pozice za nižší cenu než vaši konkurenti, kteří všechna slova nasyou do jedné sestavy s obecně napsaným inzerátem.

4. Nespoléhejte jen na volné shody

Klíčová slova ve volné shodě (bez uvozovek či hranatých závorek) se spojí s mnoha dotazy, které vaši nabídku vůbec nevystihují. Míra prokliku pak bude pravděpodobně nižší a cena za klik vyšší. Na nejčastější dotazy proto zacytujte i frázovými nebo přesnými shodami.

5. Vylučovací slova vám šetří peníze

K volným a frázovým shodám vždy doplňujte vylučovací slova. Snížíte tím počet zobrazení inzerátu a zvýšíte míru prokliku. Ve srovnání s konkurenty, kteří na vylučovací slova zapomenou, dosáhnete nižší ceny za klik. Ideálním zdrojem vylučovacích slov je referrerová statistika návštěvnosti.

6. Vložte klíčová slova do inzerátu

Do titulku i textu inzerátu vložte klíčová slova, na která se inzerát nejčastěji zobrazí. Ve výsledcích hledání se pak tato slova zobrazí tučně, přitáhnou pozornost a zvýší míru prokliku. Za kliky pak zaplatíte nižší cenu.

7. Vyberte vhodné cílové stránky

Prokliky z inzerátů směřujte na relevantní stránky. Inzerujete-li zlaté dámské hodinky, pošlete uživatele přímo na příslušnou sekci webu. Úvodní stránku webu použijte jen pro nejobecnější klíčová slova, např. [hodinky] v přesné shodě. Tímto postupem dosáhnete vyššího konverzního poměru a budete si moci dovolit zaplatit za klik víc než vaši konkurenti.

Tento návod vám přináší společnost **H1.cz**, váš poradce na internetový marketing. Naučte se používat Sklik lépe než vaši konkurenti na školeních a seminářích H1.cz, jejichž přehled vždy najdete na stránce www.h1.cz/vzdelavani.

