

Dokumentace k obsahu vzdělávacího kurzu

PPC kampaně

Název vzdělávacího subjektu	Mgr. Martina Landová
IČ vzdělávacího subjektu	61338 672
Typ kurzu	Otevřený
Číslo akreditace/platnost	X
Délka kurzu (tj. počet hodin výuky v délce 60 minut)	16 hodin
Obsahová struktura vzdělávacího kurzu	

Proč potřebujete online reklamu

- Konkurenceschopnost: Online reklama umožňuje malým i velkým firmám soupeřit na stejném poli. Správně nastavená kampaň může přivést kvalitní provoz a zákazníky rychleji než jakékoliv jiné marketingové kanály.
- Měřitelnost: Na rozdíl od tradiční reklamy je u PPC každý aspekt kampaně měřitelný. Zjistíte, kolik zákazníků kliklo na reklamu, jaký byl jejich další pohyb a co nakonec koupili.
- Flexibilita: PPC kampaně se dají upravovat v reálném čase. Můžete změnit text, rozpočet, klíčová slova nebo dokonce zcela změnit strategii během několika minut. Analýza konkurence: Věnováno identifikaci silných a slabých stránek PPC kampaní konkurence. Účastníci si vyzkouší nástroje jako SEMrush nebo Ahrefs, aby našli klíčová slova a strategie konkurence. Naučí se hodnotit efektivitu kampaně na základě klikového poměru (CTR), ceny za proklik (CPC) a celkového dosahu.

Přehled reklamních formátů

- Druhy reklam:
 - Textové reklamy: Jednoduché, ale efektivní. Ideální pro hledání specifických produktů.
 - Bannerové reklamy: Vizuální reklamy, které zaujmou na první pohled. Jsou vhodné pro budování značky.
 - Video reklamy: Výkonné na platformách jako YouTube. Video dokáže předat emoce a informace rychle a působivě.
 - Reklamy na sociálních sítích: Dynamické reklamy zaměřené na širší publikum, s možností přesného cílení.
- Diskuze o vhodnosti formátů pro různé situace a obory.

Praktické cvičení:

- Účastníci si určí vhodné reklamní formáty pro konkrétní produkty nebo služby. Např. jaký formát je ideální pro e-shop s oblečením a jaký pro B2B služby.

Tvorba reklamních textů s využitím AI

- Customer journey: Jak text reklamy ovlivňuje cestu zákazníka od prvního kontaktu o nákup
- Copywriting: Principy efektivního psaní – jak vytvořit text, který je stručný, ale přesvědčivý.
- Práce s AI: Ukázka promptů v ChatGPT a dalších nástrojích. Jak zadat správný prompt, aby výsledek odpovídal očekáváním.

Praktické cvičení:

- Účastníci si vytvoří vlastní texty pomocí AI. Např. zadání promptu pro reklamu na produkt „ekologický hrnek“ a analýza výsledků.

TGoogle Ads základy

Prezentace:

- Seznámení s rozhraním Google Ads. Základní nastavení a pojmy jako CPC, CTR a QS (Quality Score).
- Jak výběr klíčových slov ovlivňuje efektivitu kampaně.

Praktické cvičení:

- Registrace Google Ads účtu, seznámení se s prostředím.

Meta Ads základy

Prezentace:

Praktické cvičení:

- Účastníci vytváří sadu promptů pro různé reklamní formáty a analyzují jejich efektivitu.

Pokročilé strategie v Google Ads

Prezentace:

- Větvení kampaní, automatizace a optimalizace rozpočtu.

Praktické cvičení:

- Práce s vlastními kampaněmi: analýza a optimalizace na základě nasbíraných dat.

Meta Ads – dynamické kampaně

Prezentace:

- Nastavení dynamických reklam, připojení katalogů a práce s remarketingem.

Praktické cvičení:

- Tvorba dynamických kampaní včetně připojení katalogů a testování reklam.

Sklik a reklamy

Prezentace:

- Význam remarketingu a jeho nastavení v Skliku.

Praktické cvičení:

- Tvorba pokročilého remarketingu a analýza cílových skupin.

Shrnutí a individuální konzultace:

- Rekapitulace dvoudenního kurzu a závěrečná diskuze.
- Individuální konzultace s lektorem, řešení specifických dotazů a otázek.

Využívané formy vzdělávání kurzu

výklad, prezentace, brainstorming, práce s příklady, diskuse, skupinová i individuální práce, praktická cvičení

Podíl minimální povinné docházky	Minimálně 80%
Výčet školicích (výukových) materiálů a pomůcek	NTB, projektor, pracovní listy
Způsob ukončení kurzu	Splněním podílu minimální docházky



.....
Gabriela Hořínková
Smysl života, z.s.



.....
Mgr. Martina Landová
Název externího vzdělávacího subjektu

- Business Manager – hlavní nástroj pro správu kampaní na Facebooku a Instagramu. Jak funguje struktura kampaně (kampaň → reklamní sady → reklamy).

Praktické cvičení:

- Registrace účtu v Business Manageru a seznámení se s prostředím.

Sklik základy

Prezentace:

- Specifika Skliku, včetně jeho výhod na českém trhu. Jak funguje kreditní systém a nastavení reklamních kampaní.

Praktické cvičení:

- Registrace účtu v Skliku a seznámení se s prostředím.

Základy Google Analytics

Prezentace:

- Úvod do Google Analytics: Představení rozhraní a základních funkcí Google Analytics. Jak se přihlásit a jak funguje základní navigace.
- Sledování návštěvnosti: Jak sledovat počet návštěvníků webu, jejich zdroje a chování. Základní metriky jako počet návštěv, doba strávená na stránce a míra odskoku.
- Cíle a konverze: Nastavení cílů v Google Analytics a sledování konverzí. Jak měřit úspěšnost reklamních kampaní na základě dosažených cílů.
- Segmentace dat: Jak segmentovat data na základě různých kritérií (např. demografické údaje, zdroje provozu) a jak tyto segmenty analyzovat.
- Základní zprávy: Představení základních zpráv v Google Analytics, jako jsou zprávy o zdrojích provozu, chování uživatelů a konverzích.

Praktické cvičení:

- Registrace a nastavení Google Analytics: Účastníci si zaregistrují účet v Google Analytics a propojí jej s vlastním webem nebo testovacím webem.
- Sledování návštěvnosti: Účastníci si vyzkouší sledovat základní metriky návštěvnosti na svém webu a interpretovat výsledky.
- Nastavení cílů: Účastníci si nastaví jednoduché cíle v Google Analytics a budou sledovat, jak se tyto cíle dosahují.
- Segmentace dat: Účastníci si vyzkouší segmentovat data na základě různých kritérií a analyzovat výsledky.

Shrnutí dne:

- Zhodnocení klíčových bodů: důležitost online reklamy, typy reklam, práce s AI a nastavení účtů. Plán na druhý den.

Diskuze:

- Shrnutí klíčových bodů z předchozího dne.
- Prostor pro dotazy a sdílení postřehů od účastníků.
- Identifikace otázek, které by se mohly rozpracovat v dalších blocích.

Praktický workshop:

- Analýza prvních kroků a sdílení zkušeností mezi účastníky.

AI a reklamní strategie

Prezentace:

- Detailní pohled na pokročilé využití AI při tvorbě textů a grafiky.
- Příklady dobrých promptů a jejich výsledků.