

OBSAH

Úvodem	7
KAPITOLA 1	
Internetový marketing ve vyhledávačích	9
JAK VYPADÁ INTERNETOVÝ MARKETING VE VYHLEDÁVAČÍCH	9
CO TO JE A JAK FUNGUJE PPC	11
JAK LIDÉ HLEDÁJÍ A VNÍMAJÍ VÝSLEDKY HLEDÁNÍ	13
CÍLOVÁ STRÁNKA A NOVÍ ZÁKAZNÍCI	15
JAK ZAČÍT	16
SHRNUTÍ	17
KAPITOLA 2	
Začínáme s Google Adwords	19
REGISTRACE ÚČTU GOOGLE	19
PRVNÍ PŘIHLÁŠENÍ DO ADWORDS	21
NASTAVENÍ FAKTURACE	23
PLATBY NA ÚČET ADWORDS	27
PROPOJENÍ S GOOGLE ANALYTICS	30
SHRNUTÍ	34

KAPITOLA 3

Vybíráme klíčová slova	35
CO VEDE ZÁKAZNÍKY K NÁKUPU	35
CO TO JSOU KLÍČOVÁ SLOVA	37
JAK URČIT VHODNÁ KLÍČOVÁ SLOVA	37
SHODA A VYLOUČENÍ KLÍČOVÝCH SLOV	42
CHYBNÁ SLOVA A PŘEKLEPY	46
JAK VYUŽÍT TEORII DLOUHÉHO OCASU	47
SEZNAM KLÍČOVÝCH SLOV	48
KOLIK KLÍČOVÝCH SLOV VYBRAT	51
AUTOMATICKÝ NÁVRH REKLAMNÍCH SESTAV	53
NÁSTROJ PRO KONTEXTOVÉ CÍLENÍ	54
SHRNUTÍ	56

KAPITOLA 4

Vytváříme první reklamní kampaň	57
CO TO JE REKLAMNÍ KAMPAŇ, REKLAMNÍ SESTAVA A REKLAMA	57
JAK NA ROZPOČET KAMPANĚ	59
VYTVORENÍ A NASTAVENÍ PRVNÍ KAMPANĚ	63
ROZŠÍŘENÍ REKLAM	68
SHRNUTÍ	74

KAPITOLA 5

Tvorba reklam a reklamních sestav	75
JAK FUNGUJE REKLAMNÍ SESTAVA	75
TVORBA REKLAMY	77
VOLBA KLÍČOVÝCH SLOV	79
MAXIMÁLNÍ CENA ZA PROKLIK	80
JAK NA ÚSPĚŠNOU REKLAMU	81
ORIENTACE VE VYTVOŘENÝCH KAMPANÍCH, SESTAVÁCH A REKLAMÁCH	93
SHRNUTÍ	96

KAPITOLA 6

Schvalování a diagnostika reklam 97

SCHVALOVÁNÍ REKLAM	97
PROČ SE MOJE REKLAMA NEZOBRAZUJE?	102
NÁHLED A DIAGNOSTIKA REKLAMY A KLÍČOVÝCH SLOV	105
OPRAVA ZAMÍTNUTÉ REKLAMY	108
OPRAVA POZASTAVENÉHO WEBU	110
SHRNUTÍ	111

KAPITOLA 7

Vyhodnocení a optimalizace kampaně 113

JAK SE ORIENTOVAT VE VÝSLEDČÍCH KAMPAŇ	113
PODLE ČEHO VYHODNOCOVAT ÚSPĚŠNOST KAMPAŇ	115
VYUŽÍVÁME GRAF, TABULKU VÝKONNOSTI A DIMENZE	118
SKÓRE KVALITY	125
ZMĚNY A OPTIMALIZACE REKLAMY	128
VYUŽÍVÁME GOOGLE ANALYTICS	131
SHRNUTÍ	136

PŘÍLOHA

Kontrolní otázky 137

OTÁZKY	137
HODNOCENÍ	140
SPRÁVNÉ ODPOVĚDI	140

Rejstřík 141