



**Jak řídit, vyhodnocovat a optimalizovat  
navratnost PPC kampaní a online marketingu**

[www.lynt.cz](http://www.lynt.cz)

## Něco o mně

---

- PPC dělám 12 let.
- Programuji v Pythonu a Javascriptu.
- Přednáším nejen v ČR, ale i v zahraničí.
- Proškolil jsem kolem 250 PPC specialistů na automatizaci.
- Řeším hlavně celosvětové kampaně, automatizaci, matematiku a analytiku kampaní

## Proč řešit kampaně s námi

---

- Vzhledem k Google Premium partner statusu máme dedikovaný support od Google.
- Každý měsíc s námi Google konzultuje novinky a beta testy nových cílení a funkcí.
- Díky Sklik partner statusu máme stejné možnosti i v rámci Seznam sítě.
- Jsme vývojáři (7 členů týmu), díky čemuž používáme strategii, kteří ostatní nedělají.
- Díky stabilnímu týmu (7 let na trhu) nám seniorní lidé zůstávají.

## Průměrný věk ve firmě je 3 roky +

Marketingový tým pod vedením **Jakuba Kašparů**



**Honza**  
PPC specialista  
6 let v Lyntu



**Míša**  
Sociální sítě  
6 let v Lyntu



**Paul**  
PPC specialist  
3 years in Lynt



**Tomáš**  
PPC specialista  
3 roky v Lyntu



**Kristýna**  
PPC specialista  
3 roky v Lyntu



**Honza**  
PPC spec., grafik  
2 roky v Lyntu



**Martina**  
Projektové řízení  
2 roky v Lyntu



**Jana**  
Marketing a admin.  
1 rok v Lyntu



**Aneta**  
PPC specialista  
1 rok v Lyntu



**PPC Robot**  
Pomocník při  
správě PPC

## Na marketingovou firmu máme silný vývoj

---

Naši vývojáři pod vedením **Honzy Smitky**



**Martin**  
Python/PHP



**Pepa**  
Python vývojář



**Jirka**  
Python vývojář



**Klára**  
Python vývojářka



**Míša**  
Python vývojářka  
čerstvě v Lyntu



**Tomáš**  
Python vývojář  
čerstvě v Lyntu

## Naši klienti

---



**Nazuby.cz**

**e-sportshop.cz**



**KetoMix**  
MIXUJTE SI PODLE CHUTI

rockaway

**Kupi.cz**

**TOYOTA Dolák**



**1.**

**Poznejte výsledky svého podnikání,  
i když to nemusí být příjemné**

*„Interně jsme si vycucali z prstu PNO %.*

*Za poptávku můžeme dát 100 Kč, ať se to dobře počítá“*



## **Pokud jsem eshop, měl bych:**

---

- Znat v měsíční periodě výnosy - náklady celého projektu?
- Vědět, jaké jsou měsíční fixní náklady (sklady, kanceláře, zaměstnanci, další provoz)?
- Mít přehled o všech dalších nákladech včetně těch marketingových?
- Vědět, jaká je hrubá marže na produktu za daný měsíc a v čase?
- Mít spočítané, zda a jak rostou náklady na logistiku?
- Mít přehled, zda nemám zboží příliš dlouho na skladě?

## Krok. 1 - Jednoduchý Excel / Google Sheet

	1.1.2020	1.2.2020
		Bez PPC
<b>Fixní náklady</b>		
Mzdy	160 000,00 Kč	160 000,00 Kč
Kanceláře	30 000,00 Kč	30 000,00 Kč
Automobily	20 000,00 Kč	20 000,00 Kč
Provoz eshopu	15 000,00 Kč	15 000,00 Kč
Vedení účetnictví	5 000,00 Kč	5 000,00 Kč
<b>Ostatní náklady</b>		
Fee agentur	20 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Náklady PPC	60 000,00 Kč	
Náklady logistika	68 542,00 Kč	95 000,00 Kč
<b>Náklady firmy celkem</b>	<b>378 542,00 Kč</b>	<b>335 000,00 Kč</b>
<b>Výnosy</b>		
Tržby z prodeje bez DPH a dopravy	1 285 714,00 Kč	850 000,00 Kč
Hrubá marže v % pro daný měsíc	28,00%	28,00%
Marže v Kč	359 999,92 Kč	238 000,00 Kč
Počet objednávek	1 580,00	1 830,00
<b>Data</b>		
Průměrná marže na objednávku	227,85 Kč	130,05 Kč
Průměrný náklad logistika na objednávku		
Profit	-18 542,08 Kč	-97 000,00 Kč
Potřebné tržby na 0	1 351 935,71 Kč	1 196 428,57 Kč
Potřebné tržby na 100k profit	1 709 078,57 Kč	1 553 571,43 Kč
Potřebné tržby na 200k profit	2 066 221,43 Kč	1 910 714,29 Kč
Tržby PPC	450 000,00 Kč	450 000,00 Kč
PNO PPC kampaní	13,33%	0,00%
Náklady logistika balík	43,38 Kč	51,91 Kč

## Víme, jakého obrátu musíme dosáhnout pro provozní 0

	1.1.2020
<b>Fixní náklady</b>	
Mzdy	160 000,00 Kč
Kanceláře	30 000,00 Kč
Automobily	20 000,00 Kč
Provoz eshopu	15 000,00 Kč
Vedení účetnictví	5 000,00 Kč
<b>Ostatní náklady</b>	
Fee agentur	20 000,00 Kč
Náklady PPC	60 000,00 Kč
Náklady logistika	68 542,00 Kč
<b>Náklady firmy celkem</b>	<b>378 542,00 Kč</b>
<b>Výnosy</b>	
Tržby z prodeje bez DPH a dopravy	1 285 714,00 Kč
Hrubá marže v % pro daný měsíc	28,00%
Marže v Kč	359 999,92 Kč
Počet objednávek	1 580,00
<b>Data</b>	
Průměrná marže na objednávku	227,85 Kč
Průměrný náklad logistika na objednávku	
Profit	-18 542,08 Kč
Potřebné tržby na 0	1 351 935,71 Kč
Potřebné tržby na 100k profit	1 709 078,57 Kč
Potřebné tržby na 200k profit	2 066 221,43 Kč
Tržby PPC	450 000,00 Kč
PNO PPC kampaní	13,33%
Náklady logistika balík	43,38 Kč



## Můžeme namodelovat vypnutí PPC kampaní

		Bez PPC
<b>Fixní náklady</b>		
Mzdy	160 000,00 Kč	160 000,00 Kč
Kanceláře	30 000,00 Kč	30 000,00 Kč
Automobily	20 000,00 Kč	20 000,00 Kč
Provoz eshopu	15 000,00 Kč	15 000,00 Kč
Vedení účetnictví	5 000,00 Kč	5 000,00 Kč
<b>Ostatní náklady</b>		
Fee agentur	20 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Náklady PPC	60 000,00 Kč	
Náklady logistika	68 542,00 Kč	95 000,00 Kč
<b>Náklady firmy celkem</b>	<b>378 542,00 Kč</b>	<b>335 000,00 Kč</b>
<b>Výnosy</b>		
Tržby z prodeje bez DPH a dopravy	1 285 714,00 Kč	850 000,00 Kč
Hrubá marže v % pro daný měsíc	28,00%	28,00%
Marže v Kč	359 999,92 Kč	238 000,00 Kč
Počet objednávek	1 580,00	1 830,00
<b>Data</b>		
Průměrná marže na objednávku	227,85 Kč	130,05 Kč
Průměrný náklad logistika na objednávku		
Profit	-18 542,08 Kč	-97 000,00 Kč
Potřebné tržby na 0	1 351 935,71 Kč	1 196 428,57 Kč
Potřebné tržby na 100k profit	1 709 078,57 Kč	1 553 571,43 Kč
Potřebné tržby na 200k profit	2 066 221,43 Kč	1 910 714,29 Kč
Tržby PPC	450 000,00 Kč	450 000,00 Kč
PNO PPC kampaní	13,33%	0,00%
Náklady logistika balík	43,38 Kč	51,91 Kč



## Zhoršení PNO může vést k lepšímu profitu firmy

	1.1.2020	1.2.2020
		Horší PNO a větší objem
<b>Fixní náklady</b>		
Mzdy	160 000,00 Kč	160 000,00 Kč
Kanceláře	30 000,00 Kč	30 000,00 Kč
Automobily	20 000,00 Kč	20 000,00 Kč
Provoz eshopu	15 000,00 Kč	15 000,00 Kč
Vedení účetnictví	5 000,00 Kč	5 000,00 Kč
<b>Ostatní náklady</b>		
Fee agentur	20 000,00 Kč	10 000,00 Kč
Náklady PPC	70 000,00 Kč	115 000,00 Kč
Náklady logistika	68 542,00 Kč	95 000,00 Kč
<b>Náklady firmy celkem</b>	<b>388 542,00 Kč</b>	<b>450 000,00 Kč</b>
<b>Výnosy</b>		
Tržby z prodeje bez DPH a dopravy	1 285 714,00 Kč	1 600 000,00 Kč
Hrubá marže v % pro daný měsíc	28,00%	28,00%
Marže v Kč	359 999,92 Kč	448 000,00 Kč
Počet objednávek	1 580,00	2 050,00
<b>Data</b>		
Průměrná marže na objednávku	227,85 Kč	218,54 Kč
Průměrný náklad logistika na objednávku		
<b>Profit</b>	<b>-28 542,08 Kč</b>	<b>-2 000,00 Kč</b>
Potřebné tržby na 0	1 387 650,00 Kč	1 607 142,86 Kč
Potřebné tržby na 100k profit	1 744 792,86 Kč	1 964 285,71 Kč
Potřebné tržby na 200k profit	2 101 935,71 Kč	2 321 428,57 Kč
Tržby PPC	450 000,00 Kč	650 000,00 Kč
PNO PPC kampaní	15,56%	17,69%
Náklady logistika balík	43,38 Kč	46,34 Kč



# 2.

**Poznejte svoji retenci u e-shopu**

## Zákaznická analýza v Google Sheetu pro každého

Níže vložte data ve formátu dle hlavičky		
Email	Cena objednávky	Datum
email 1@neco.cz	2290,0	1.1.2015
email 2@neco.cz	5254,0	2.1.2015
email 3@neco.cz	2990,0	3.1.2015
email 4@neco.cz	245,0	4.1.2015
email 5@neco.cz	4619,0	5.1.2015
email 6@neco.cz	1158,6	6.1.2015
email 7@neco.cz	1172,8	7.1.2015
email 8@neco.cz	1755,0	8.1.2015
email 9@neco.cz	3696,0	9.1.2015
email 10@neco.cz	1129,0	10.1.2015

Zákaznický výzkum		Výpočet	
Celkový počet zákazníků	436	Průměrná marže na objednávku	20
Celkový obrat	1 309 618 Kč	Kolik % z marže chcete dát do kampaní	35
Prodleva mezi nákupy ve dnech	246	Průměrný zisk na zákazníka	601 Kč
Průměrná objednávka	1 434 Kč	Kolik procent z průměrného zisku na zákazníka chcete dát do akvizic	10
Průměrná objednávka 1. nákup	1 377 Kč	<b>Maximální cena konverze</b>	<b>160 Kč</b>
Průměrná objednávka opak nákup	1 486 Kč	<b>Maximální PNO</b>	<b>11,2</b>
% uživatelů, kteří nakoupí více než 1x	38,1	<b>Minimální ROAS</b>	<b>8,9</b>
% uživatelů, kteří nakoupí více než 2x	32,8		
% uživatelů, kteří nakoupí více než 3x	32,8		

	Počet objednávek	Počet uživatelů	Obrat	% uživatelů	% obratu
1		270	366 985,68 Kč	61,9	28,0
2		23	83 201,42 Kč	5,3	6,4
3		0	0,00 Kč	0,0	0,0
4		127	733 579,09 Kč	29,1	56,0
5		7	47 211,61 Kč	1,6	3,6
6		9	78 640,21 Kč	2,1	6,0
7		0	0,00 Kč	0,0	0,0
8		0	0,00 Kč	0,0	0,0
9		0	0,00 Kč	0,0	0,0
10		0	0,00 Kč	0,0	0,0

## Zákaznická analýza v Google Sheetu pro každého

Zákaznický výzkum		Výpočet	
Celkový počet zákazníků	436	Průměrná marže na objednávku	20
Celkový obrat	1 309 618 Kč	Kolik % z marže chcete dát do kampaní	35
Prodleva mezi nákupy ve dnech	246	Průměrný zisk na zákazníka	601 Kč
Průměrná objednávka	1 434 Kč	Kolik procent z průměrného zisku na zákazníka chcete dát do akvizic	10
Průměrná objednávka 1. nákup	1 377 Kč	<b>Maximální cena konverze</b>	<b>160 Kč</b>
Průměrná objednávka opak nákup	1 486 Kč	<b>Maximální PNO</b>	<b>11,2</b>
% uživatelů, kteří nakoupí více než 1x	38,1	<b>Minimální ROAS</b>	<b>8,9</b>
% uživatelů, kteří nakoupí více než 2x	32,8		
% uživatelů, kteří nakoupí více než 3x	32,8		

Počet objednávek	Počet uživatelů	Obrat	% uživatelů	% obratu
1	270	366 985,68 Kč	61,9	28,0
2	23	83 201,42 Kč	5,3	6,4
3	0	0,00 Kč	0,0	0,0
4	127	733 579,09 Kč	29,1	56,0
5	7	47 211,61 Kč	1,6	3,6
6	9	78 640,21 Kč	2,1	6,0
7	0	0,00 Kč	0,0	0,0
8	0	0,00 Kč	0,0	0,0
9	0	0,00 Kč	0,0	0,0
10	0	0,00 Kč	0,0	0,0



## Zákaznická analýza v Google Sheetu pro každého

Rok	Měsíc	První vs opakové Hodnoty					
				Opakovaná		První	
		Počet	Hodnota	Počet	Hodnota	Počet	Hodnota
+ 2011: celkem				1	1 098,99 Kč	40	54 016,62 Kč
+ 2012: celkem				15	15 442,43 Kč	75	109 077,35 Kč
+ 2013: celkem				48	76 910,35 Kč	114	153 816,05 Kč
-	2014	1		7	5 313,99 Kč	10	13 108,51 Kč
		2		7	5 448,61 Kč	10	14 017,76 Kč
		3		6	8 458,90 Kč	6	5 262,38 Kč
		4		5	6 947,99 Kč	11	12 279,35 Kč
		5		7	10 847,98 Kč	5	7 646,00 Kč
		6		5	5 133,65 Kč	9	13 143,99 Kč
		7		7	7 647,31 Kč	6	6 697,09 Kč
		8		10	10 634,91 Kč	15	17 752,46 Kč
		9		15	22 354,64 Kč	14	18 668,10 Kč
		10		9	8 333,44 Kč	9	11 698,18 Kč
		11		17	21 637,05 Kč	18	34 289,81 Kč
		12		32	54 887,28 Kč	16	17 447,14 Kč
2014: celkem				127	167 645,75 Kč	129	172 010,77 Kč
-	2015	1		37	57 295,39 Kč	6	10 643,42 Kč
		2		46	68 178,13 Kč	8	8 230,46 Kč
		3		37	75 455,50 Kč	10	9 887,85 Kč
		4		32	47 512,44 Kč	19	26 799,55 Kč
		5		55	83 029,38 Kč	7	8 522,30 Kč
		6		37	43 872,33 Kč	5	10 846,00 Kč
		7		9	15 181,98 Kč	7	12 103,98 Kč
		8		25	46 452,61 Kč	8	11 245,34 Kč
		9		8	10 954,31 Kč	8	13 388,72 Kč
2015: celkem				286	447 932,07 Kč	78	111 667,62 Kč

## Co potřebuji zjistit z analýzy:

---

- Kolik % uživatelů nakoupí 2x, 3x, 4x?
- Když získám 10 nových zákazníků, kolik bude celkově objednávek ?
- Jaký je poměr obratu stávající vs. noví zákazníci?
- Jaká je prodleva mezi objednávkami?

# 3.

**Pokročilejší reporty  
bez spolupráce klienta**

## Analýza jednotlivých objednávek + propojení online

### Obsažené sloupce

Hlavička XML

```
<ORDERS>
```

Tělo XML

```
<CODE>#code#</CODE>  
<DATE>#date#</DATE>  
<CUSTOMER>  
  <EMAIL>#email#</EMAIL>  
</CUSTOMER>  
<STATUS>#statusName#</STATUS>  
<TOTAL>#totalPriceWithoutVat#</TOTAL>  
<CURRENCY_CODE>#currencyCode#</CURRENCY_CODE>  
<ORDER_ITEMS>#orderItems#</ORDER_ITEMS>  
</ORDER>
```

Zobrazit dostupné tagy ▾

Tělo XML pro položky objednávky

```
<AMOUNT>#orderItemAmount#</AMOUNT>  
<CODE>#orderItemCode#</CODE>  
<VARIANT_NAME>#orderItemVariantName#</VARIANT_NAME>  
<UNIT>#orderItemUnit#</UNIT>  
<STATUS>#orderItemStatusName#</STATUS>  
<DISCOUNT>#orderItemDiscountPercent#</DISCOUNT>  
<UNIT_PRICE>  
  <WITH_VAT>#orderItemUnitPriceWithVat#</WITH_VAT>  
  <WITHOUT_VAT>#orderItemUnitPriceWithoutVat#</WITHOUT_VAT>  
  <VAT>#orderItemUnitPriceVat#</VAT>  
</UNIT_PRICE>  
<VAT_DATE>#orderItemUnitPriceVatDate#</VAT_DATE>
```

Zobrazit dostupné tagy ▾

Patička XML

```
</ORDERS>
```

## Co zjistíme?

---

- Nepracujeme s průměrnou marží, ale víme zisk z každé objednávky.
- Dokážeme přiřadit každé objednávce zdroj / medium / kampaň.
- Zjistíme reálný zisk nejen firmy, ale i jednotlivých zdrojů.
- Dokážeme analyzovat i trend zpětně.

## Analýza jednotlivých objednávek + propojení online

source\_medium  campaign

	month	margin	margin_skip_blanks	ad_cost	profit
1.	prosinec 2019	1 728 271,28	1 715 915,94	834 623,01	893 648,27
2.	listopad 2019	3 276 107,33	3 272 219,8	2 696 061,92	580 045,41
3.	říjen 2019	3 175 402,85	3 061 514,97	2 191 632,56	983 770,29
4.	září 2019	2 664 459,65	2 479 364,71	1 403 111,61	1 261 348,04
5.	srpen 2019	1 818 619,63	348 855,66	1 708 879,17	109 740,46
6.	červenec 2019	1 305 481,45	85 759,28	1 784 698,21	-479 216,76
7.	červen 2019	1 652 368,21	90 015,35	2 251 284,78	-598 916,57
8.	květen 2019	1 919 338,27	106 538,29	2 490 115,31	-570 777,04
9.	duben 2019	1 922 296,73	125 138,14	2 400 040,71	-477 743,98
10.	březen 2019	2 326 716,67	137 861,91	3 516 209,23	-1 189 492,56
11.	únor 2019	2 113 611,04	120 637,43	3 416 948,05	-1 303 337,01
12.	leden 2019	2 147 023,64	96 124,31	1 850 330,37	296 693,27
13.	prosinec 2018	605 941,41	23 654,48	528 912,6	77 028,81
14.	listopad 2018	1 070 330,14	62 798,24	784 508,06	285 822,08

1 - 14 / 14 < >

# Analýza jednotlivých objednávek + propojení online

source\_medium ▾
campaign ▾

Facebook CPC

	month	margin	margin_skip_blanks	ad_cost	profit
1.	prosinec 2019	75 350,55	75 003,49	163 067,71	-87 717,16
2.	listopad 2019	282 493,26	282 430,45	1 062 772,4	-780 279,14
3.	říjen 2019	263 986,41	242 978,38	967 968,09	-703 981,68
4.	září 2019	161 043,08	152 795,18	512 571,16	-351 528,08
5.	srpen 2019	148 043,29	31 805,84	444 585,48	-296 542,19
6.	červenec 2019	64 927,68	5 771,22	397 609,1	-332 681,42
7.	červen 2019	138 889,37	6 049,18	779 553,61	-640 664,24

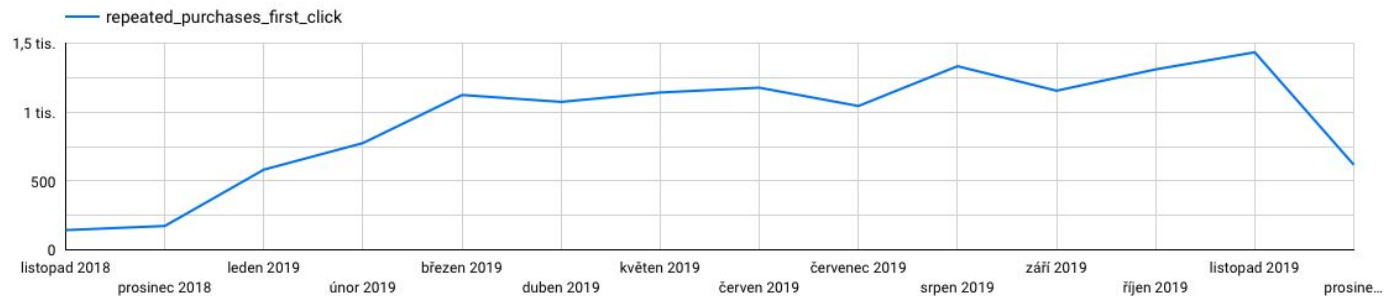
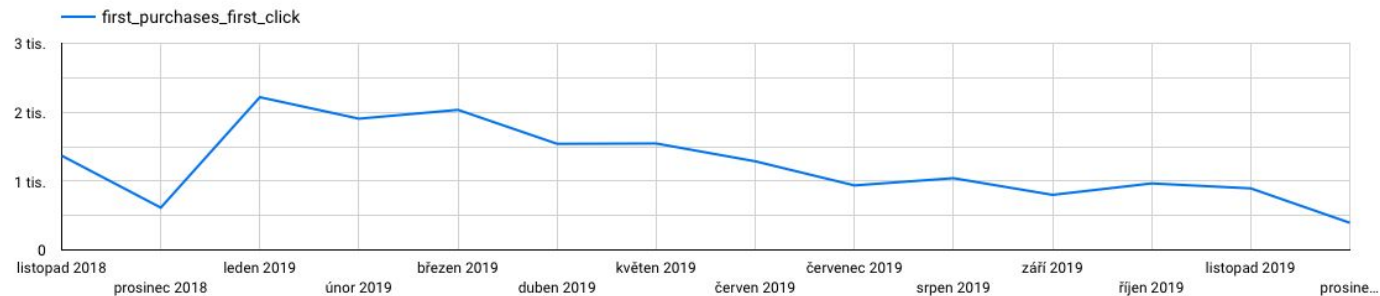
1 - 14 / 14 < >

Google CPC

	month	margin	margin_skip_blanks	ad_cost	profit
1.	prosinec 2019	409 429,02	406 810,25	298 285,42	111 143,6
2.	listopad 2019	762 768,22	761 691,83	622 407,31	140 360,91
3.	říjen 2019	730 041,83	710 734,75	483 666,97	246 374,86
4.	září 2019	723 348,6	672 775,43	383 436,39	339 912,21
5.	srpen 2019	436 385,64	70 874,05	457 319,93	-20 934,29
6.	červenec 2019	409 653,56	24 658,7	664 330,23	-254 676,67
7.	červen 2019	633 463,67	27 346,41	912 815,04	-279 351,37

1 - 14 / 14 < >

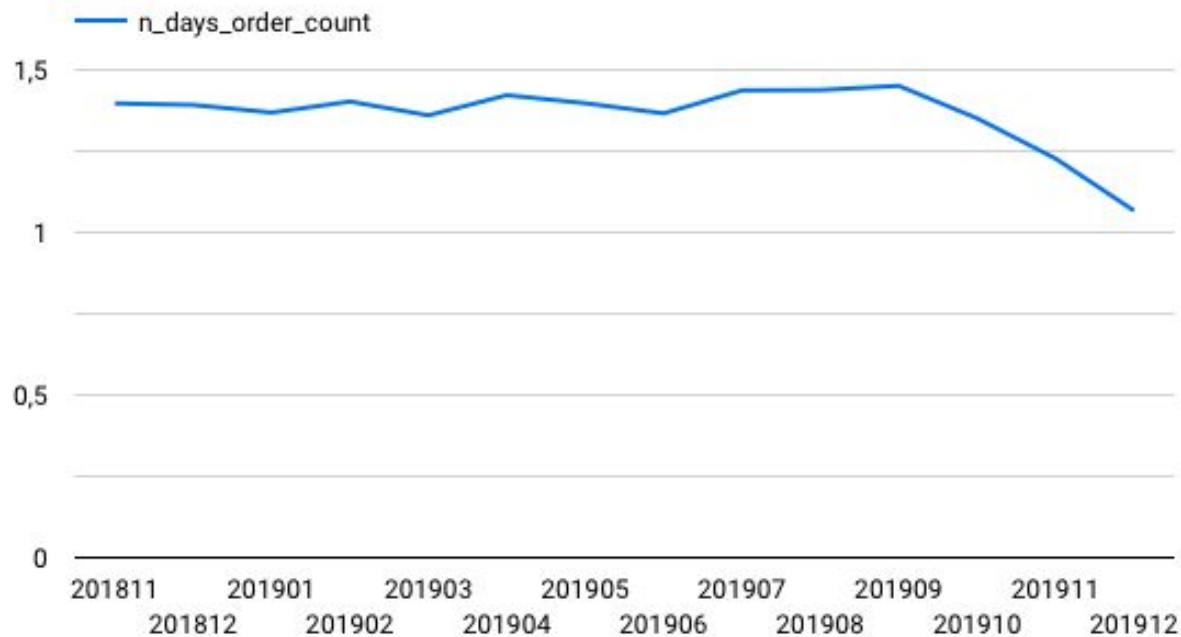
## Analýza jednotlivých objednávek + propojení online

 source\_medium
   
 ▼


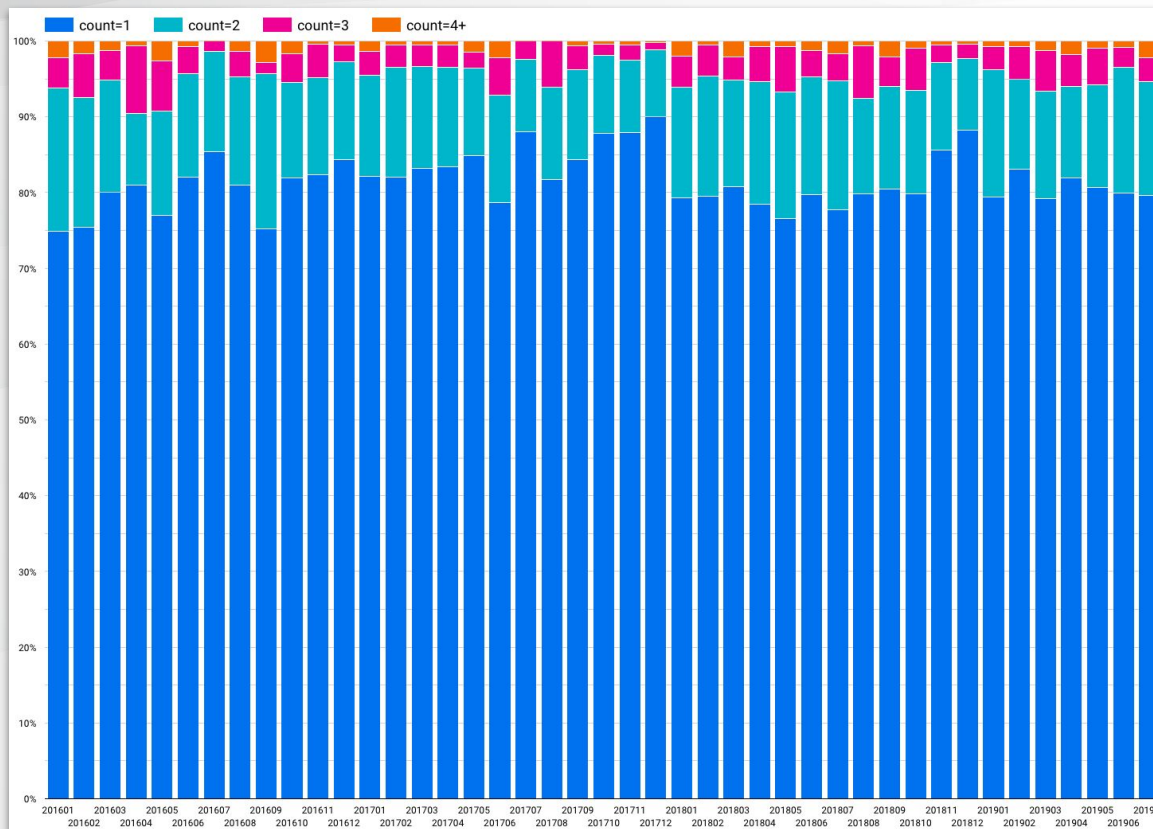


## Optimalizace retence v čase

Kolik objednávek provede v průměru nový zákazník v 70 dnech (včetně první objednávky):



## Optimalizace retence v čase



## Co zjistíme?

---

- Nepracujeme s průměrnou marží, ale víme zisk z každé objednávky.
- Dokážeme přiřadit každé objednávce zdroj / medium / kampaň.
- Zjistíme reálný zisk nejen firmy, ale jednotlivých zdrojů.
- Dokážeme analyzovat i trend zpětně.

## Ziskovost V Google Analytics na úrovni krajů

Oblast ?	Akvizice			Chování			Konverze <small>100 % (200 objednávek)</small>		
	Uživatelé ? ↓ <small>Průměr z období: 78,82 % (200 000)</small>	Noví uživatelé ? <small>Průměr z období: 78,19 % (200 000)</small>	Návštěvy ? <small>Průměr z období: 79,07 % (200 428)</small>	Míra okamžitého opuštění ? <small>Průměr z období: 78,36 % (200 000)</small>	Počet stránek na 1 relaci ? <small>Průměr z období: 2,67 (200 000)</small>	Prům. doba trvání relace ? <small>Průměr z období: 00:01:33 (200 000)</small>	Zisk objednávek (Konverzní poměr) (Kč) ? <small>Průměr z období: 1,92 % (200 000)</small>	Zisk objednávek (Objednávková míra) (Kč) ? <small>Průměr z období: 5 720 (200 000)</small>	Zisk objednávek (Období) (Kč) ? <small>Průměr z období: 4 698 (200 000)</small>
1. Prague	<b>72 242</b> (91,62 %)	64 554 (95,44 %)	102 403 (94,35 %)	71,74 %	2,43	00:01:17	1,85 %	1 895 (33,13 %)	1 427 960,00 Kč (38,00 %)
2. South Moravian Region	<b>17 651</b> (22,33 %)	15 851 (23,70 %)	25 719 (23,62 %)	69,43 %	2,67	00:01:21	1,85 %	477 (8,37 %)	316 090,00 Kč (8,07 %)
3. Moravian-Silesian Region	<b>17 171</b> (21,84 %)	15 729 (23,37 %)	25 413 (23,52 %)	71,58 %	2,48	00:01:21	1,63 %	414 (7,42 %)	456 341,00 Kč (11,61 %)
4. Central Bohemian Region	<b>16 260</b> (20,78 %)	14 640 (21,84 %)	23 516 (21,59 %)	69,67 %	2,63	00:01:22	1,93 %	453 (8,14 %)	454 788,00 Kč (11,59 %)
5. South Bohemian Region	<b>10 717</b> (13,79 %)	9 350 (13,92 %)	20 342 (18,67 %)	54,26 %	4,90	00:04:25	2,58 %	524 (9,56 %)	409 563,00 Kč (10,44 %)
6. Usti nad Labem Region	<b>10 667</b> (13,74 %)	9 608 (14,28 %)	15 548 (14,27 %)	70,76 %	2,61	00:01:17	1,74 %	270 (4,92 %)	235 781,00 Kč (6,00 %)
7. Zlin Region	<b>8 905</b> (11,44 %)	8 043 (11,94 %)	13 172 (12,07 %)	70,55 %	2,66	00:01:21	2,18 %	287 (5,20 %)	353 638,00 Kč (9,03 %)
8. Olomouc Region	<b>8 864</b> (11,41 %)	8 014 (11,90 %)	12 821 (11,83 %)	71,58 %	2,52	00:01:18	1,69 %	217 (3,97 %)	170 506,00 Kč (4,34 %)
9. Plzen Region	<b>8 602</b> (11,07 %)	7 742 (11,47 %)	12 465 (11,44 %)	70,16 %	2,68	00:01:19	1,96 %	244 (4,44 %)	175 611,00 Kč (4,47 %)
10. Hradec Kralove Region	<b>7 850</b> (10,09 %)	7 057 (10,47 %)	11 484 (10,56 %)	69,21 %	2,66	00:01:22	1,92 %	221 (3,99 %)	150 207,00 Kč (3,83 %)

## Ziskovost V Google Analytics na úrovni pohlaví / věku

Zobrazit řádky v grafu Sekundární dimenze Typ řazení: Výchozí

Pohlaví	Akvizice			Chování			Konverze		
	Uživatelé	Noví uživatelé	Návštěvy	Míra okamžitého opuštění	Počet stránek na 1 relaci	Prům. doba trvání relace	Zisk objednávek (Měsíčně)	Zisk objednávek (Ročně)	Zisk objednávek (Průměrně)
	66 913 <small>Počet uživatelských sezení (100%)</small>	85 343 <small>Počet nových uživatelských sezení (100%)</small>	146 430 <small>Počet návštěv (100%)</small>	71,99 % <small>Počet opuštěných stránek (100%)</small>	2,71 <small>Počet stránek na relaci (100%)</small>	00:01:38 <small>Prům. doba trvání relace (100%)</small>	1,97 % <small>Počet objednávek (100%)</small>	2 888 <small>Počet objednávek (100%)</small>	1 187 472,00 Kč <small>Počet objednávek (100%)</small>
1. female	49 948 (51,42 %)	44 266 (51,87 %)	73 587 (50,25 %)	72,25 %	2,63	00:01:32	1,99 %	1 464 (50,69 %)	862 017,00 Kč (43,48 %)
2. male	47 195 (48,58 %)	41 077 (48,13 %)	72 843 (49,75 %)	70,92 %	2,80	00:01:43	1,95 %	1 424 (49,31 %)	1 120 455,00 Kč (56,52 %)

Zobrazit řádky v grafu Sekundární dimenze Typ řazení: Výchozí

Věk	Akvizice			Chování			Konverze		
	Uživatelé	Noví uživatelé	Návštěvy	Míra okamžitého opuštění	Počet stránek na 1 relaci	Prům. doba trvání relace	Zisk objednávek (Měsíčně)	Zisk objednávek (Ročně)	Zisk objednávek (Průměrně)
	95 880 <small>Počet uživatelských sezení (100%)</small>	84 361 <small>Počet nových uživatelských sezení (100%)</small>	144 938 <small>Počet návštěv (100%)</small>	71,53 % <small>Počet opuštěných stránek (100%)</small>	2,72 <small>Počet stránek na relaci (100%)</small>	00:01:38 <small>Prům. doba trvání relace (100%)</small>	1,98 % <small>Počet objednávek (100%)</small>	2 884 <small>Počet objednávek (100%)</small>	1 172 468,00 Kč <small>Počet objednávek (100%)</small>
1. 25-34	33 233 (34,36 %)	29 431 (34,89 %)	49 505 (34,16 %)	73,63 %	2,53	00:01:30	1,86 %	922 (32,14 %)	595 023,00 Kč (50,17 %)
2. 35-44	21 804 (22,54 %)	18 864 (22,36 %)	32 478 (22,41 %)	71,74 %	2,64	00:01:30	2,03 %	659 (22,87 %)	499 219,00 Kč (42,61 %)
3. 45-54	13 286 (13,74 %)	11 291 (13,38 %)	20 445 (14,11 %)	68,31 %	3,06	00:01:55	2,17 %	444 (15,39 %)	301 925,00 Kč (25,77 %)
4. 18-24	11 231 (11,61 %)	10 125 (12,00 %)	15 904 (10,97 %)	76,20 %	2,31	00:01:24	1,61 %	256 (8,89 %)	183 949,00 Kč (15,69 %)
5. 55-64	9 879 (10,21 %)	8 492 (10,07 %)	15 195 (10,48 %)	67,78 %	3,10	00:02:00	2,27 %	345 (12,00 %)	230 844,00 Kč (19,70 %)
6. 65+	7 288 (7,54 %)	6 158 (7,30 %)	11 411 (7,87 %)	66,09 %	3,23	00:01:57	2,09 %	238 (8,33 %)	161 509,00 Kč (13,78 %)

## Co získám?

---

- Budu vědět, jak na tom jsem, dřív než za rok při daňovém přiznání.
- Vím, s jakou retencí mohu počítat a jak se mi mění v čase.
- Mohu testovat, co bude fungovat pro budování vztahu se zákazníkem.
- Mohu mít oddělené marketingové plány pro akvizici a retenci.



**Služby a klasické weby aneb proč je  
vyhodnocování pouze poptávek na \*\*\*\*\***

[www.lynt.cz](http://www.lynt.cz)

## **Pokud mám službu, měl bych vědět:**

---

- Kolik mě stojí poptávka?
- Kolik poptávek potřebuji na 1 obchod?
- Jaké lokality / zdroje, věkové skupiny generují dobré poptávky?
- Jaký je proces zakázky v CRM systému?
- Jaká je průměrná hodnota obchodu?



**1.**

**Historická analýza fakturací klienta + Google Analytics data**

## Zajistím od klienta export + zkombinuji s Google Analytics

Datum	Marže z obchodu	Město / kraj
1.1.2020	5000	Praha
20.1.2020	8000	Plzeň
30.1.2020	10 000	Brno

<input type="checkbox"/> Oblast	↓ Cena
<input type="checkbox"/> Hlavní město Praha, Česko	52 073,78 Kč
<input type="checkbox"/> Středočeský kraj, Česko	32 054,32 Kč
<input type="checkbox"/> Moravskoslezský kraj, Česko	29 064,33 Kč
<input type="checkbox"/> Jihomoravský kraj, Česko	28 166,09 Kč
<input type="checkbox"/> Jihočeský kraj, Česko	16 374,43 Kč
<input type="checkbox"/> Ústecký kraj, Česko	16 094,90 Kč
<input type="checkbox"/> Plzeňský kraj, Česko	15 069,86 Kč
<input type="checkbox"/> Zlínský kraj, Česko	13 444,15 Kč
<input type="checkbox"/> Královéhradecký kraj, Česko	13 276,56 Kč
<input type="checkbox"/> Olomoucký kraj, Česko	12 549,81 Kč
<input type="checkbox"/> Kraj Vysočina, Česko	12 357,24 Kč
<input type="checkbox"/> Liberecký kraj, Česko	10 869,93 Kč
<input type="checkbox"/> Pardubický kraj, Česko	10 722,47 Kč

## Zajistím od klienta export + zkombinuji s Google Analytics

Město / kraj	Průměrná marže	Poptávek z města	Obchodů	Návštěvnost	Náklady Ads	Zisk
Praha	8 000	2 000	20	50 000	100 000	60 000 Kč
Brno	7 000	1 200	30	20 000	40 000	170 000 Kč
Plzeň	5 000	1 000	25	18 000	80 000	45 000 Kč

## Výpočet max. CPC pro kraj na základě tabulky

Obchody / Návštěvnost \* (Průměrná marže \* 0,5) = Max CPC pro kraj

Město / kraj	Průměrná marže	Poptávek z města	Obchodů	Návštěvnost	Náklady Ads	Max CPC při 50 % marži
Praha	8 000	2 000	20	50 000	100 000	1,6 Kč
Brno	7 000	1 200	30	20 000	40 000	5,25 Kč
Plzeň	5 000	1 000	25	18 000	80 000	3,47 Kč

# 2.

**Posílání kvality poptávek pomocí CRM systému do Google Analytics**

## Rychlý úvod do problému

---

Země	Cena poptávky
Indie	4 \$
USA	30 \$
Canada	20 \$

## Rychlý úvod do problému

Země	Cena poptávky
Indie	4 \$
USA	30 \$
Canada	20 \$

Země	Cena leadu	Konv. poměr obchodu	Cena za obchod
Indie	4 \$	2%	200 \$
USA	30 \$	20 %	150 \$
Canada	20 \$	15 %	133 \$

## Rychlý úvod do problému

Země	Cena leadu	Konv. poměr obchodu	Cena za obchod	AOV	Marže	IS
Indie	4 \$	2%	200 \$	50 \$	-150 \$	80 %
USA	30 \$	20 %	150 \$	300 \$	150 \$	20 %
Canada	20 \$	15 %	133 \$	150 \$	17 \$	30 %



## Ukládání Client ID ke každé poptávce

```
$ga_id = empty($_COOKIE['_ga'])?":preg_replace('/^GA\d+\.\d+\.(d+\.\d+)$/', '\1', $_COOKIE['_ga']);
```



**Kam vám můžu  
poslat nabídku?**

**Děkuji za váš zájem.  
Nechte mi tu prosím kontakt, kolegové  
se vám brzy ozvou.**

Jméno a příjmení:

E-mail:

Telefonní číslo:

PSČ:

Společnost E.ON Energie, a.s., IČ 260 78 201, bude zpracovávat vaše údaje pro účely přípravy a případného uzavření smlouvy. Vaše osobní údaje jsou u nás v bezpečí. Jak s nimi nakládáme a jaká jsou vaše práva, se dozvíte v části Ochrana osobních údajů.

**Odeslat**

## Poznejte proces klienta

Poptávka

Telefonát

Schůzka

Návrh  
smlouvy

Podpis

Uložím spolu s  
client ID

Pošlu událost, že  
proběhl telefonát

Pošlu událost, že  
technik dorazil na  
místo

Pošlu událost, že  
byl zaslán návrh  
smlouvy

Pošlu obchod do  
Analytics včetně  
hodnoty

## Když budu malá firma a nemám CRM - Google Sheet jsou zadarmo

=IF(D2="Ano";200)+IF(E2="Financování";100)+IF(G2="V řešení";200;0)

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Datum poptávky	Jméno klienta	Client ID	Firma	Typ	Kdo řeší	Stav	Lead Quality	Obchod	Lead Quality send	Purchase send
21.5.2019	adasdasdsa		Ano	Financování		Obchod	300		Ano	Ano
22.5.2019	adasdsadasdasd		Ano	Financování		V řešení	500			
22.5.2019	adasdadsad		Ne	Financování		V řešení	300		Ano	Ano
22.5.2019	asdasdsadsadasd		Ano	Financování		V řešení	500			

**Stav leadu** ▲

Zisk:

---

---

## Proč je důležité posílat celou trasu obchodu?



Pokud budu vyhodnocovat pouze prodeje,  
budu čekat dlouho na data.

## Jak vypadá kód pro celou událost, co se posílá?

```
untitled
$response = wp_remote_post( 'https://www.google-analytics.com/collect', array(
    'timeout' => 15,
    'body' => array(
        'v' => 1,
        't' => 'event',
        'tid' => $GA_ACCOUNT,
        'cid' => $GA_ID,
        'ec' => 'Lynt Lead',
        'ea' => $LEAD_STATUS
        'el' => $LEAD_ID,
        'ev' => $LEAD_VALUE,
    ),
);
```

## Jak vypadá výsledek?

Google Ads kvalita leadů

	Poptávka celkem (Splnění cíle 6) ?	Špatný lead (Splnění cíle 8) ?	Dobry lead (Splnění cíle 9) ?	Dobry lead (Konverzní poměr cíle 9) ?	Cena ?	Špatný lead (Konverzní poměr cíle 8) ?
1. 000 - 00000 - 00000 - 00000 - 00000	47 (10,00 %)	18 (16,67 %)	7 (20,00 %)	0,14 %	19 718,04 Kč (20,00 %)	0,35 %
2. 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000	35 (10,00 %)	20 (16,67 %)	8 (20,00 %)	0,75 %	7 686,25 Kč (10,00 %)	1,89 %
3. 000 - 0000000000 - 0000000000	25 (16,67 %)	18 (16,67 %)	2 (2,00 %)	0,16 %	7 332,14 Kč (12,00 %)	1,48 %
4. 0000 - 00000 - 0000	14 (0,00 %)	7 (0,00 %)	3 (21,43 %)	0,28 %	3 745,76 Kč (0,00 %)	0,65 %
5. 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000	9 (0,00 %)	18 (16,67 %)	4 (15,38 %)	0,92 %	5 999,10 Kč (10,00 %)	4,16 %
6. 000 - 00000000 - 0000000000	6 (0,00 %)	8 (2,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	6 408,08 Kč (10,00 %)	0,45 %
7. 0000 - 00000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000	5 (0,00 %)	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)	0,24 %	2 834,16 Kč (4,00 %)	0,24 %
8. 0000 - 0000 - 00000000 - 0000000000 - 0000000000	4 (0,00 %)	2 (2,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	141,20 Kč (0,00 %)	7,41 %
9. 0000 - 00000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000 - 0000	3 (0,00 %)	11 (10,00 %)	1 (0,00 %)	0,32 %	2 835,95 Kč (4,00 %)	3,47 %
10. 0000	1 (0,00 %)	1 (0,00 %)	0 (0,00 %)	0,00 %	1 089,38 Kč (1,00 %)	0,45 %

## Jak vypadá výsledek?

Google Ads kvalita leadů						
						rozšířený
Kategorie zařízení ?	Poptávka celkem (Splnění cíle 6) ↓ ?	Špatný lead (Splnění cíle 8) ?	Dobry lead (Splnění cíle 9) ?	Dobry lead (Konverzní poměr cíle 9) ?	Cena ?	Špatný lead (Konverzní poměr cíle 8) ?
1. desktop	103 (68,67 %)	74 (68,32 %)	15 (57,69 %)	0,20 %	40 801,00 Kč (14,91 %)	0,98 %
2. mobile	43 (28,67 %)	29 (28,09 %)	10 (38,46 %)	0,26 %	15 902,71 Kč (14,27 %)	0,75 %
3. tablet	4 (2,67 %)	5 (4,63 %)	1 (3,85 %)	0,18 %	2 842,07 Kč (4,81 %)	0,91 %

## Co si z toho odnést?

---

- Z účetních dat se dá krásně zjistit, kde co funguje.
- Optimalizovat na poptávky nedává smysl. Vždycky to jde nějak udělat.
- Kvalitnější poptávky většinou stojí více. Je třeba to správně optimalizovat.
- Celá prezentace na [kvalitu leadů včetně případovek zde](#).
- [Od kolegy Vládi modul do WP, který to řeší zde](#).



## Klíčové body

---

- Nejde již dělat čistý online marketing, ale marketing celkově s přesahem do vývoje a účetnictví.
- Je třeba s klientem komunikovat marže, zisk i kvalitu poptávek, jinak to stejně půjde do \*.
- Naučte se programovat :)
- Pokud neumíte programovat, je dobré alespoň znát, co lze a co nelze :)

*„Cílem přednášky bylo ukázat způsoby, jak se lépe rozhodovat. Ne přednést návod, jak zlevnit poptávku o 10 % pomocí zaručené optimalizace :)“*



**Děkuji za pozornost.**

**Prostor pro dotazy**