

## Report PPC kampaně 12/2014

V rámci posledního období běhu PPC propagace projektu UNIV3 – tj. 1.12. – 31.12.2014, byla realizována propagační kampaň s pomocí jednoho dodavatele. Na základě informací z předchozího období byl zvolen současný běh kampaně AdWords (se zaměřením především na remarketing stávajících uživatelů) a dále kampaní PPC/PPV pro textovou reklamu a PPV kampaně pro reklamu bannerovou.

Součástí dodávky služeb byly aktualizace formátů reklamních bannerů vycházející z původních návrhů, jelikož (na základě analýzy výsledných dat z předešlých kampaní) je účinnost bannerových kampaní násobně větší při použití větších formátů. Došlo tedy k aktualizaci bannerů pro větší rozměry.

Na základě konzultace dodavatele a NÚV došlo také k úpravě zacílení reklamních kampaní se zaměřením se především na věkově starší jedince (45+). Dle tohoto požadavku byly voleny také upravené seznamy parametrů pro publikaci reklamních textů či bannerů.

V rámci sociální sítě Facebook se v uvedeném období nejednalo o přímou podporu sběru fanoušků, ale o textovou a bannerovou propagaci samotné Facebook stránky, což překvapivě vedlo téměř e stejné účinnosti jako cílené oslovování nových fanoušků.

Stejně jako v předchozím období byly reklamní sestavy a kampaně aktualizovány pro co nejvíce cílené oslovování zájemců o další vzdělávání či rekvalifikaci, což se opět potvrdilo v měřitelných hodnotách některých parametrů Google Analytics, konkrétně:

- zvýšení průměrné doby trvání návštěvy (ve sledovaném období nárůst oproti předchozímu období o 36,08%)
- zvýšení počtu stránek na jednu návštěvu (ve sledovaném období nárůst oproti předchozímu období o 38,08%)

Výsledky zrealizovaných kampaní a jejich vliv na návštěvnost portálu, další dílčí ukazatele návštěvnosti, návštěvnost Facebook stránky a počet fanoušků jsou znázorněny v grafech v tomto reportu.

Na následující období 1/2015 se plánuje opětovné spuštění PPC kampaní v sítích Sklik a Adwords a průběžná realizace propagace stránky na sociální síti Facebook. Souběžně s PPC kampaní AdWords se předpokládá také podpora propagačních videí na serveru YouTube včetně propagace videí z pilotáží a dále pokračování oslovování návštěvníků pomocí remarketingu.

## Obsah reportu

Report PPC kampaně 12/2014 .....	1
Upravené reklamní formáty .....	3
Nové verze profilových obrázků pro Facebook .....	11
Google analytics – návštěvnost .....	12
Google analytics – médium .....	13
Google analytics – akvizice .....	14
Google analytics – demografický profil .....	15
Google AdWords – remarketing .....	16
Facebook – likes .....	17
Facebook – visits .....	18
Facebook – posts .....	19

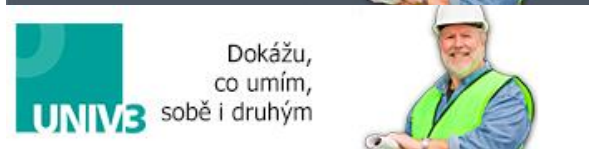
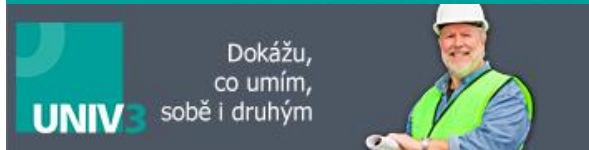
## Upravené reklamní formáty

V uvedeném období se využívaly také reklamní bannery vytvořené v rámci dřívějších období, kdy se realizovaly PPC/PPV kampaně. V tomto reportu jsou tedy uvedeny již nové či rozměrově upravené bannery.





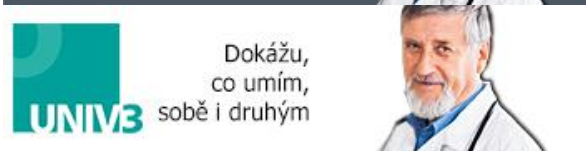
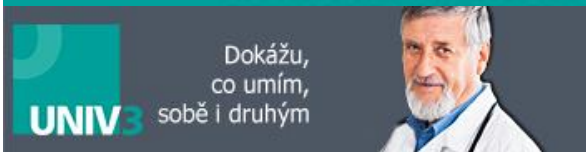
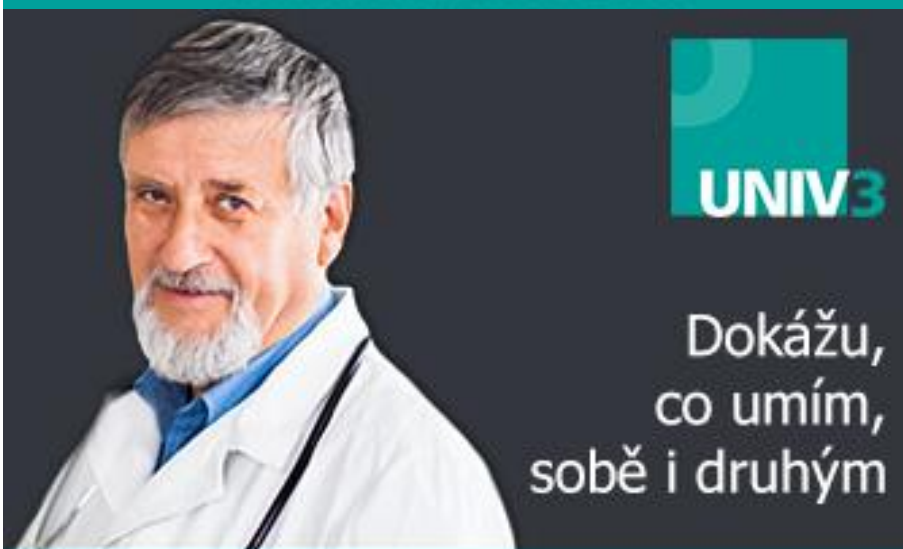
Dokážu,  
co umím,  
sobě i druhým



<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
 <p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p>	
<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>	



Dokážu,  
co umím,  
sobě i druhým



 <p>Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	 <p>evropský sociální fond v ČR</p>  <p>EVROPSKÁ UNIE</p>  <p>MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY</p>  <p>OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost</p> <p>INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
 <p>Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	 <p>evropský sociální fond v ČR</p>  <p>EVROPSKÁ UNIE</p>  <p>MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY</p>  <p>OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost</p> <p>INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
 <p>Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	 <p>evropský sociální fond v ČR</p>  <p>EVROPSKÁ UNIE</p>  <p>MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY</p>  <p>OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost</p> <p>INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
 <p>Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	 <p>evropský sociální fond v ČR</p>  <p>EVROPSKÁ UNIE</p>  <p>MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY</p>  <p>OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost</p> <p>INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>

	 <p>Dokážu, co umím, sobě i druhým</p>
 <p>evropský sociální fond v ČR</p>  <p>EVROPSKÁ UNIE</p>  <p>MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY</p>  <p>OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost</p> <p>INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>	

**UNIV3**  
Dokážu, co umím, sobě i druhým



**esf** evropský sociální fond v ČR  
**EVROPSKÁ UNIE**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY  
**OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost**  
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**UNIV3**  
Dokážu, co umím, sobě i druhým



**esf** evropský sociální fond v ČR  
**EVROPSKÁ UNIE**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY  
**OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost**  
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



**UNIV3**  
Dokážu, co umím, sobě i druhým

**esf** evropský sociální fond v ČR  
**EVROPSKÁ UNIE**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY  
**OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost**  
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

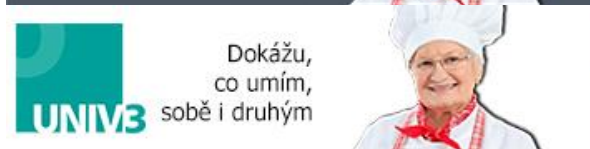




Dokážu,  
co umím,  
sobě i druhým



Dokážu,  
co umím,  
sobě i druhým



<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>
<p><b>UNIV3</b> Dokážu, co umím, sobě i druhým</p> 	<p><b>esf</b> evropský sociální fond v ČR <b>EVROPSKÁ UNIE</b> MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ</p>

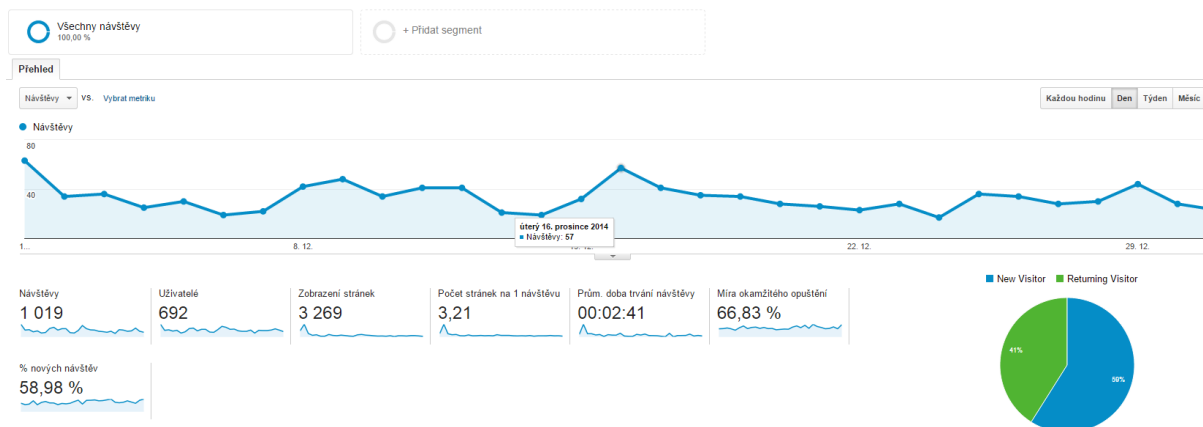
## Nové verze profilových obrázků pro Facebook



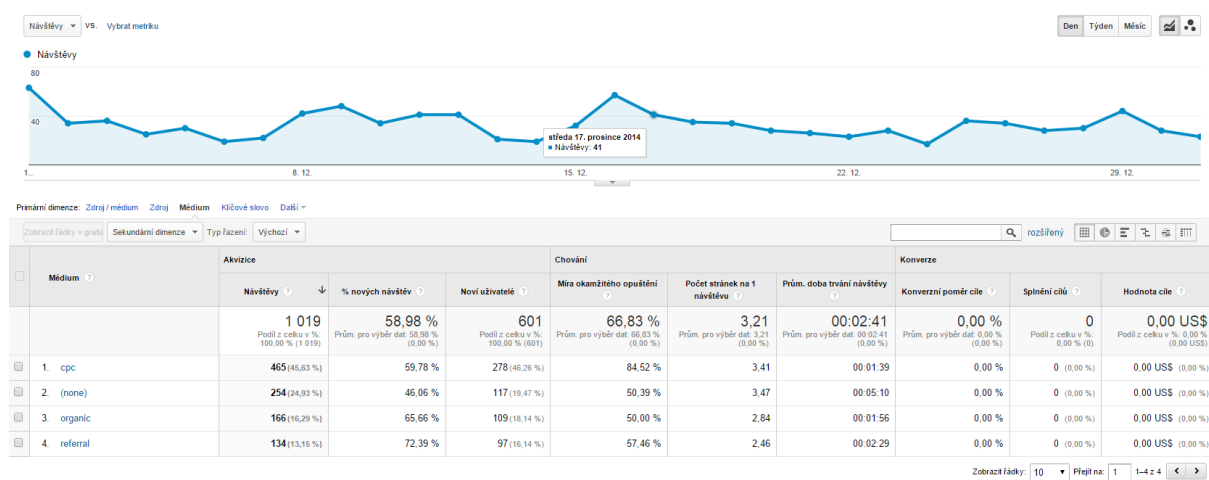
Dokážu,  
co umím,  
sobě i druhým



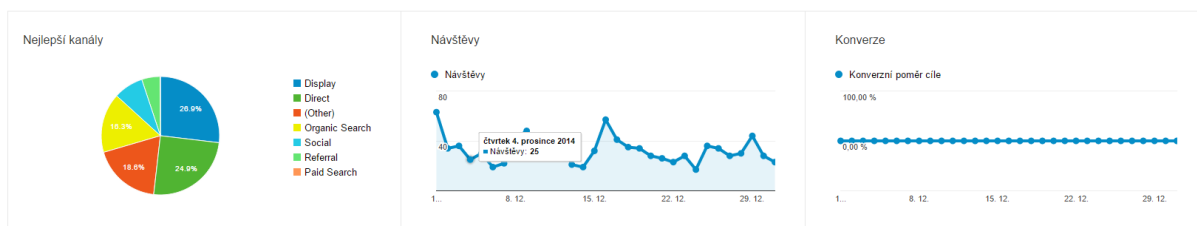
## Google analytics – návštěvnost





## Google analytics – médium



## Google analytics – akvizice



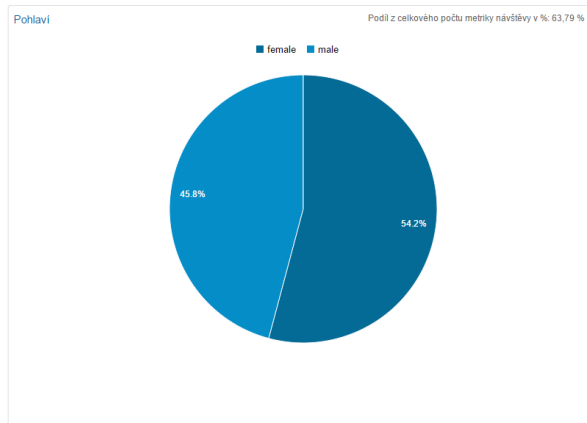
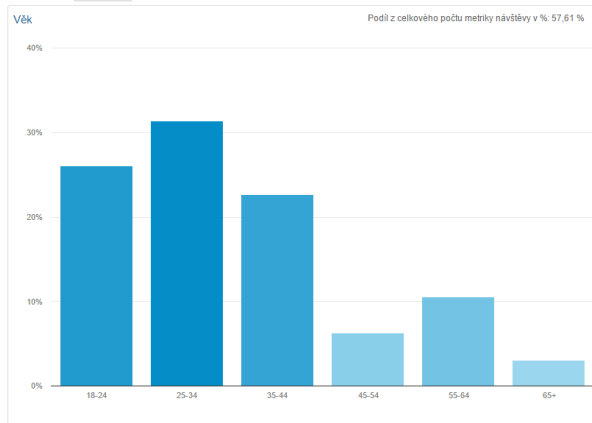
	Akvizice			Chování			Konverze
	Návštěvy	% nových návštěv	Noví uživatelé	Míra okamžitého opoždění	Počet stránek na 1 návštěvu	Prům. doba trvání návštěvy	
1 <b>Display</b>	1 019	58,98 %	601	66,83 %	3,21	00:02:41	 <b>Nastavte cíl.</b> Chcete-li zobrazit metriky výsledků, definujte jeden nebo více cílů.  <b>ZAČNĚTE</b>
2 <b>Direct</b>	274			91,61 %			
3 <b>(Other)</b>	254			50,39 %			
4 <b>Organic Search</b>	190			74,21 %			
5 <b>Social</b>	166			50,00 %			
6 <b>Referral</b>	83			71,08 %			
7 <b>Paid Search</b>	51			35,29 %			
	1			100,00 %			

## Google analytics – demografický profil

Všechny návštěvy  
100,00 %

+ Přidat segment

Klíčová metrika: Návštěvy



## Google AdWords – remarketing

Všechny online kampaně

Kampaň: Remarketing

Poslední měsíc: 1. 12. 2014 - 31. 12. 2014

● Aktivní Typ: Pouze Obsahová síť – Remarketing Upravit Rozpočet: 50,00 Kč/den Upravit Cílení: Všechny země a území Upravit

Reklamní sestavy Nastavení Reklamy Rozšíření reklam Dimenze Obsahová síť

Všechny reklamní sestavy kromě odebraných Segment Filtr Sloupce Vyhledávání Zobrazit historii změn

Prokliky - Žádné Denní



REKLAMNÍ SESTAVA Upravit Podrobnosti Strategie nabídek Automatizovat Šetky

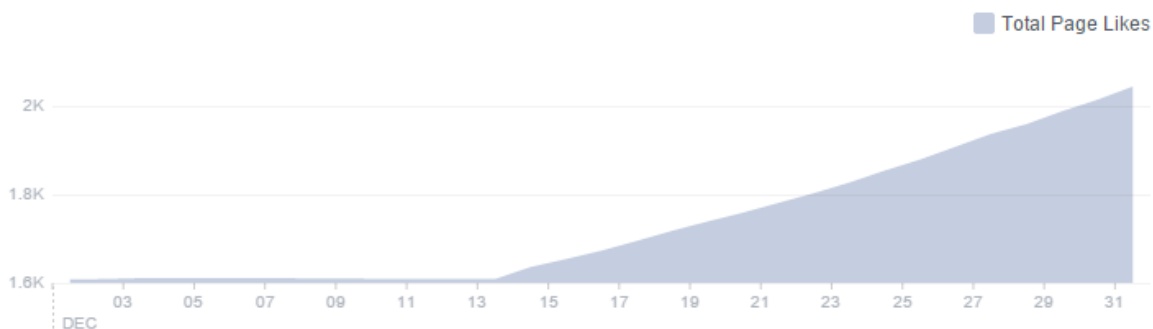
	Reklamní sestava	Stav	Výchozí maximální cena za proklik	Prokliky	Zobr.	CTR	Prům. CPC	Cena	Prům. pozice	Konverze po kliknutí	Cena / konverze po kliknutí	Míra konverze po prokliku	Konverze	Konverze po zhlédnutí	Odh. konv. celkem
	Vše 14	OK	5,40 Kč(rozšířená)	85	36 302	0,23 %	4,30 Kč	365,66 Kč	2,0	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Vše 14 banner	OK	5,40 Kč(rozšířená)	77	29 982	0,26 %	4,26 Kč	328,06 Kč	1,0	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Vše 20-35	OK	5,40 Kč(rozšířená)	72	35 404	0,20 %	4,53 Kč	325,87 Kč	2,1	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Vše 20-35 banner	OK	5,40 Kč(rozšířená)	21	8 606	0,24 %	4,04 Kč	84,86 Kč	1,0	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Vše	Pozastaveno	5,40 Kč(rozšířená)	0	0	0,00 %	0,00 Kč	0,00 Kč	0,0	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Celkem – všechny reklamní sestavy kromě odebraných			255	110 294	0,23 %	4,33 Kč	1 104,45 Kč	1,7	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Celkem – Vyhledávací síť			0	0	0,00 %	0,00 Kč	0,00 Kč	0,0	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Celkem – Obsahová síť			255	110 294	0,23 %	4,33 Kč	1 104,45 Kč	1,7	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0
	Celkem – všechny reklamní sestavy			255	110 294	0,23 %	4,33 Kč	1 104,45 Kč	1,7	0	0,00 Kč	0,00 %	0	0	0

Zobrazit řádky: 50 1-5 z 5 položek



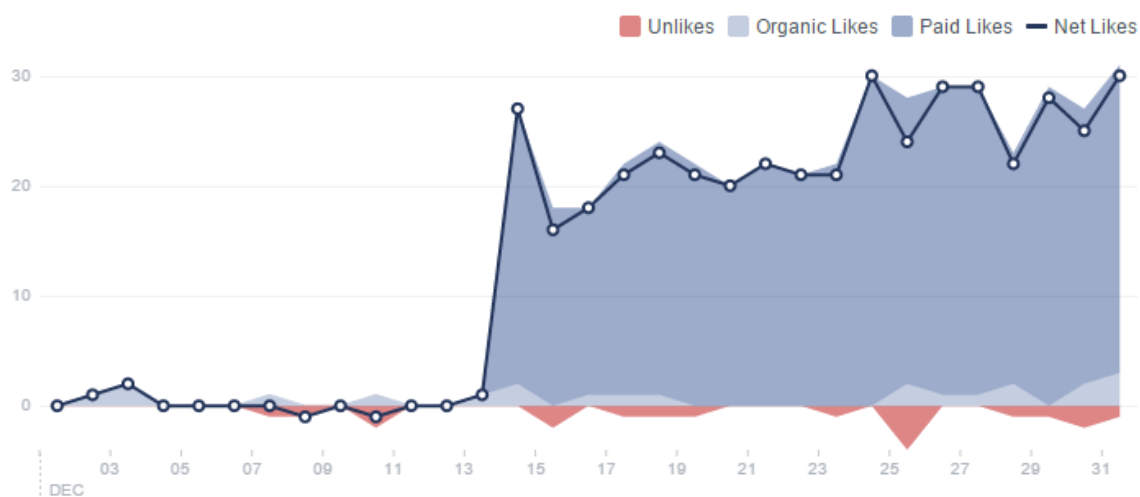
## Facebook – likes

Total Page Likes as of Today: 2,342

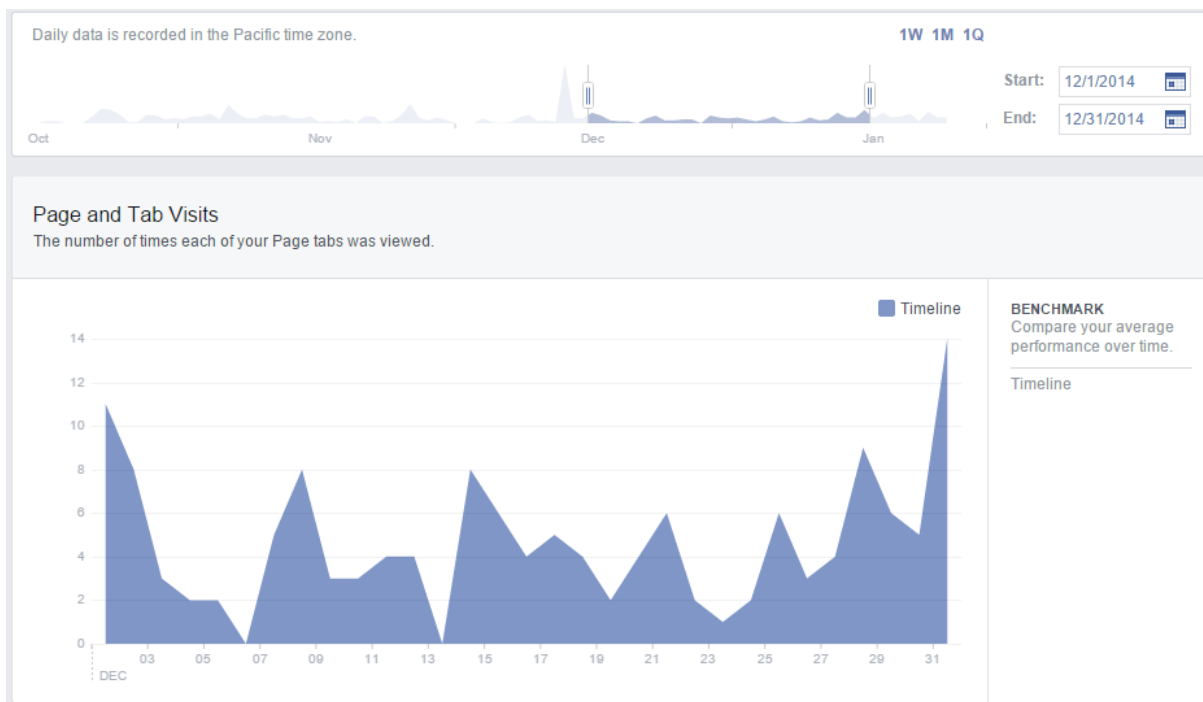


### Net Likes

Net likes shows the number of new likes minus the number of unlikes.



## Facebook – visits



## Facebook – posts

Ukázka některých postů za období 12/2014

Overview	Likes	Reach	Visits	Posts	People	
12/30/2014 2:10 pm		Jak to vypadá, když je práce tím nejsladším koníčkem? #podnikání	 	88	1 0	<a href="#">Boost Post</a>
12/29/2014 3:40 pm		Všechno má svůj čas, a to se týká i úspěchu. #dalšívzdělávání #rekvalifikace	 	134	4 2	<a href="#">Boost Post</a>
12/23/2014 10:40 am		Dobré víno je vždy výsledkem pilné práce, počasí a lásky vinařů a tě má pan Petr na rozdávání.	 	121	1 3	<a href="#">Boost Post</a>
12/22/2014 5:35 pm		To nejdůležitější na první pohled většinou nevidíme. #zaměstnání	 	102	1 1	<a href="#">Boost Post</a>
12/19/2014 3:31 pm		Díky projektu UNIV 3 si naši uchazeči plní svá přání. #povolání #vzdělání	 	111	0 3	<a href="#">Boost Post</a>
12/18/2014 5:25 pm		Pan Jaroslav se zúčastnil pilotáže v programu „BRUSIČ NOŽIŘSKÝCH VÝROBKŮ“ v rámci UNIV	 	186	5 6	<a href="#">Boost Post</a>
12/17/2014 3:20 pm		Jít za svým snem není vždy jednoduché, své o tom ví pan Lukáš. #pracovní #rekvalifikace	 	94	0 2	<a href="#">Boost Post</a>
12/16/2014 5:01 pm		Iveta ve svém regionu krátce po ukončení kurzu našla nové uplatnění, kde může více rozvíjet	 	96	0 1	<a href="#">Boost Post</a>
12/15/2014 3:40 pm		Přejeme Vám krásný vstup do nového roku!	 	132	3 6	<a href="#">Boost Post</a>
12/15/2014 3:01 pm		Zuzaniným velkým snem je mít jednu vlastní salóň pro manikúru, pedikúru a nehtovou	 	70	0 2	<a href="#">Boost Post</a>
12/12/2014 3:45 pm		Paní Hanka si díky kurzu zlepšila své pracovní uplatnění! #pracovníuplatnění	 	54	0 0	<a href="#">Boost Post</a>