

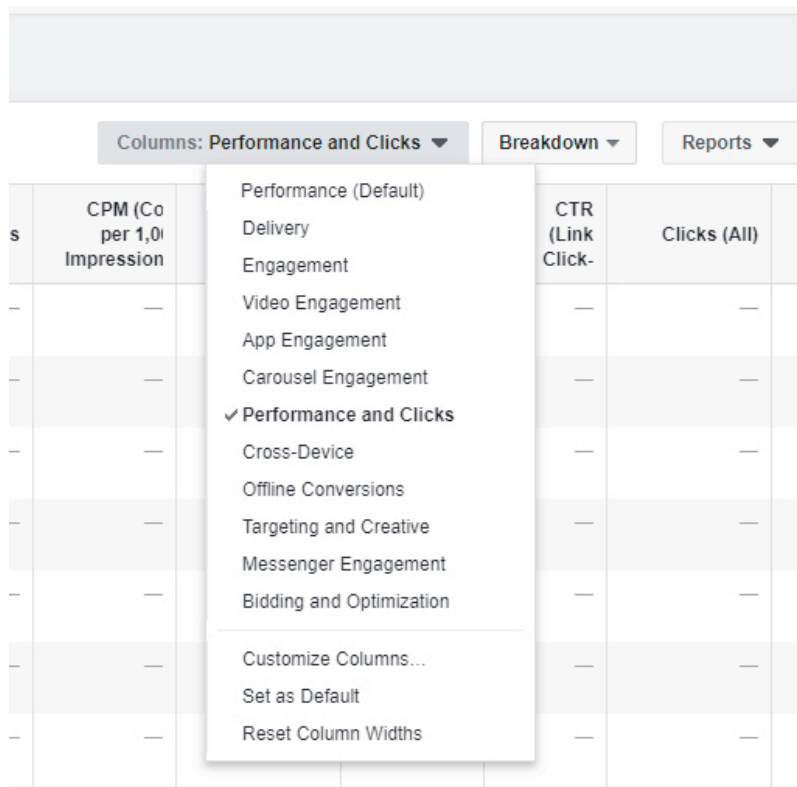
Tisková zpráva

Praha, 24. února 2019

Jak zjistit hodnoty PPC na Facebooku?

PPC – Pay Per Click (angl. platba za proklik) je způsob internetové reklamy, kdy inzerent platí za kliknutí na reklamu. Vedle asi nejrozšířenějšího užití PPC reklamy prostřednictvím Google AdWords je možné se takto propagovat i na Facebooku a jiných sociálních sítích. Jaké hodnoty v souvislosti s PPC reklamou lze na Facebooku zjistit a co z nich vyvodit popsala agentura LCG New Media.

Hlavní výhoda tohoto formátu spočívá v tom, že jako inzerent platíte FB až po kliknutí na reklamu, nikoliv za zobrazení reklamy. Pokud chcete mít přehled nad výkonností vašich PPC, vyfiltrujte si řádky na **Performance and Clicks**.



The screenshot shows the Facebook Ads reporting interface. At the top, there are three dropdown menus: 'Columns: Performance and Clicks', 'Breakdown', and 'Reports'. Below these is a table with columns for 'CPM (Cost per 1,000 Impressions)', 'CTR (Link Click-)', and 'Clicks (All)'. A dropdown menu is open over the 'Columns' menu, listing various performance metrics. The 'Performance and Clicks' option is selected and marked with a checkmark. Other options include Performance (Default), Delivery, Engagement, Video Engagement, App Engagement, Carousel Engagement, Cross-Device, Offline Conversions, Targeting and Creative, Messenger Engagement, Bidding and Optimization, Customize Columns..., Set as Default, and Reset Column Widths.

Co jednotlivé pojmy znamenají a co z nich lze vyčíst?

Clicks – jakákoliv interakce s postem formou kliknutí. Může se jednat i o zvětšení reklamy, zobrazení komentářů, kliknutí na video, prokliky na FB profil atd. Jde o nejméně přesný ukazatel ohledně měření návštěvnosti webu, proto doporučuji využívat spíše následující.

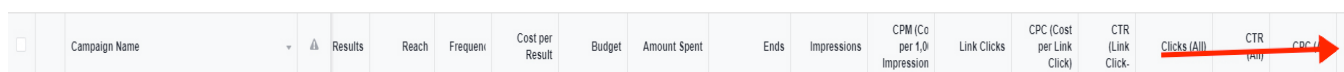
Link Clicks – tato hodnota ukazuje, kolikrát bylo kliknuto na jakýkoliv link (odkaz), obsahující vaši reklamu. Jako Link Click vám FB počítá veškeré prokliky na jiné stránky, v případě Instagramu přechod na profil nebo odkazy z textu reklamy. To může způsobovat

rozdíl v hodnotách Link Clicks z vaší reklamy a hodnotách, které vám ukazuje Google Analytics.

Unique Link Clicks – unikátní prokliky na link (odstraní hodnoty duplicitních prokliků od stejných lidí).

Landing Page View – nejpřesnější hodnota, co se týče návštěvnosti webu. Tato hodnota naskočí jen a pouze tehdy, když se zájemce úspěšně proklikne na požadovanou webovou stránku uvedenou v nastavení vaší kreativy. Proto se hodnoty Clicks a Landing Page tolik liší. Pokud hodnoty Landing Page Views nevidíte v Business Manageru, stačí si kolonku přidat následovně:

1. Klikněte na Add Column



<input type="checkbox"/>	Campaign Name	Results	Reach	Frequen	Cost per Result	Budget	Amount Spent	Ends	Impressions	CPM (Co per 1,0 Impression)	Link Clicks	CPC (Cost per Link Click)	CTR (Link Click-	Clicks (All)	CTR (All)	CPC (All)
--------------------------	---------------	---------	-------	---------	-----------------	--------	--------------	------	-------------	-----------------------------	-------------	---------------------------	------------------	--------------	-----------	-----------

2. Zadejte Landing Page, vyberte Landing Page View a dejte Apply.

Mezi řádky by se vám nyní měly ukazovat hodnoty Landing Page.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

LCG New Media je fullservisová digitální agentura specializující se na brandovo-výkonnostní kampaně. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v digitálním prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní, brandové nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě a influencer marketingu. Jsme partnerem Google a Facebook. Pro naše klienty řídíme kampaně na území Evropy, Ruska a US. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.
