

**Tisková zpráva**

Praha, 22. dubna 2022

---

## **Novinka Google Performance Max**

**Koncem září 2022 by podle informací Google měly skončit klasické nákupní (PLA) a lokální kampaně v podobě, jak je známe. Nahradit by je měl právě formát Performance Max (PM).**

Na český trh byl tento formát uvedený už v průběhu listopadu 2021. Formát rozšiřuje, automatizuje a z velké části zjednodušuje klasické PLA kampaně. Je vhodný jak pro e-commerce, tak i pro lead-based klienty. Google posledních 5 let pracoval na tom, jak reklamní platformu co nejvíc zautomatizovat. PM je výsledek tohoto snažení: plná automatizace, a to napříč všemi službami a platformami, které má Google v portfoliu.

Zjednodušeně formát funguje tak, že systému dodáte pouze kreativitu (fotky/video a texty) a Google je začne v různých kombinacích ukazovat na všech možných místech, od vyhledávání, přes obsahovou síť, Youtube a další služby, kde byste jinak museli reklamy ručně nastavovat a optimalizovat. Formát PM toto všechno nejen udělá sám, ale ještě si sám testuje různé kombinace fotek/videí a textů, které mu dodáte. Následně ukazuje ty varianty, kde je nejvyšší pravděpodobnost konverze. To samé platí pro bidding.

Ke spuštění je potřeba implementované měření konverzí v Google Ads. Dále Google potřebuje marketingový cíl kampaně (na výběr jsou možnosti z předdefinovaného frameworku), geo cíle (země/lokalita, kde reklamu chcete zobrazit) a rozpočet. Google doporučuje alespoň \$10 000 za měsíc a dobu alespoň 4 týdny. Máme ale vyzkoušené, že PM fungují i s menším rozpočtem, než je doporučených \$10 000.

Mezi největší výhody nového formátu patří jasně definované cíle. Sami si zvolíte cíle, na které bude algoritmus reklamu optimalizovat (tržby, objednávky, leady apod.). Díky strojovému učení také není potřeba nic manuálně nastavovat, testovat a optimalizovat. Google sám dokáže identifikovat vaše nejlepší potenciální zákazníky napříč všemi službami. Reklamu bude zobrazovat tam, kde je nejvyšší pravděpodobnost konverze. V porovnání s klasickými formáty (např. PLA) pak PM ukazuje lepší výkon, zhruba o 10–15 procent, někdy to může být i více.

Jak je vidět, tak Performance Max přináší mnoho výhod, marketéry potěší svou efektivitou a jednoduchostí. Stačí vlastně jen nahrát formáty a o zbytek už se postará Google.