

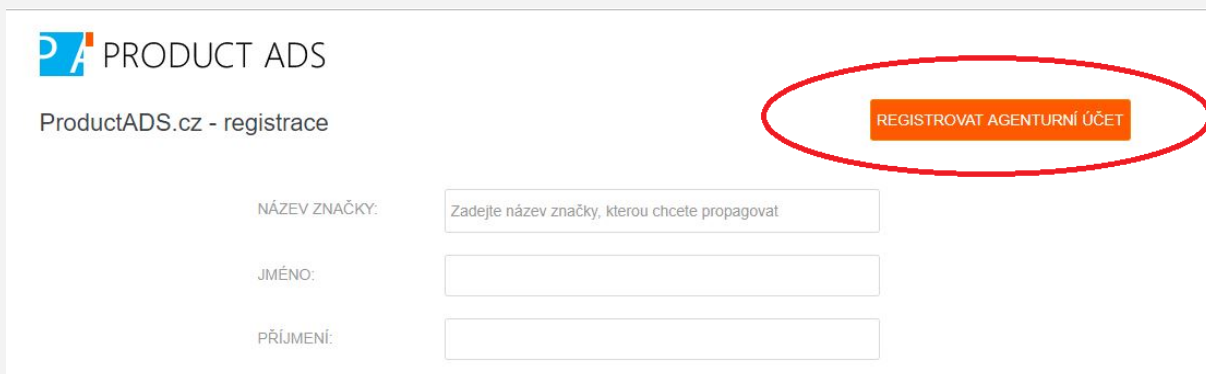
ProductADS

Uživatelské rozhraní

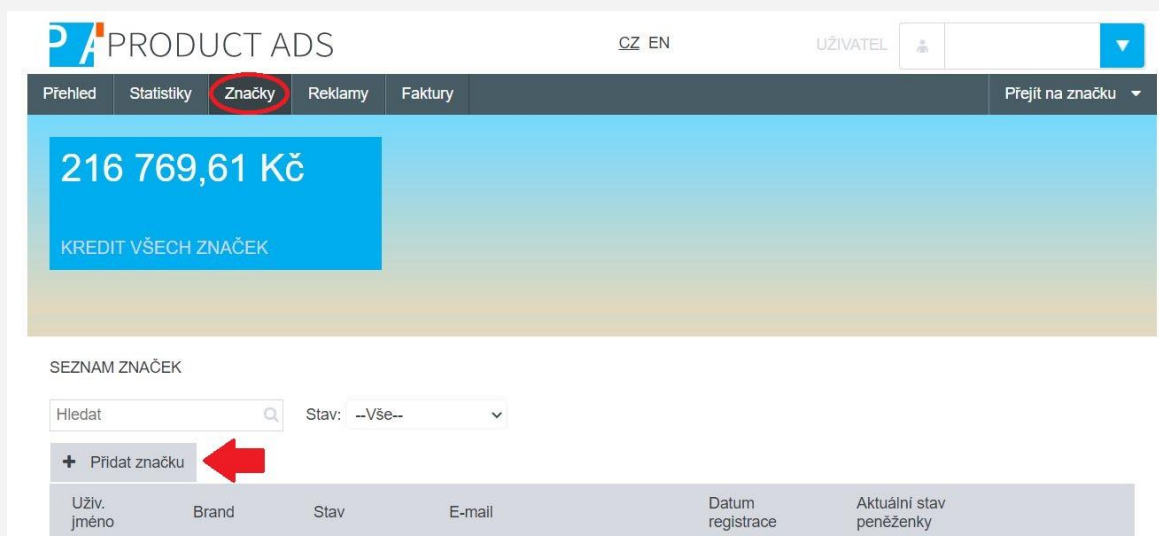
Založení účtu v ProductADS

Registrace nové značky do ProductADS je velmi jednoduchá a provedete ji na www.productads.cz/registrace

Účet můžete založit pouze pro jednu značku, nebo si rovnou můžete vytvořit tzv. agenturní účet. A co vám agenturní účet vlastně přinese? Nejen, že můžete spravovat více značek na jednom místě, ale také dostanete ucelený přehled nad tím, jak se daří všem vašim produktům.



V případě, že si vyberete agenturní účet, pak je nutné zaregistrovat i samostatné značky a následně si je přidat do svého agenturního účtu, a to přímo na záložce „Značky“ volbou „Přidat značku“. Pak již stačí zadat název značky a heslo, které jste zadávali při registraci.



Než se pustíte do samotné inzerce, musíte si dobít kredit, ze kterého následně budete financovat rozpočet svých reklamních kampaní. Dobití kreditu můžete provést online platební kartou, digitální peněženkou (Google Pay/ Masterpass) nebo můžete kontaktovat naše obchodní oddělení pro platbu na fakturu se splatností, a to na e-mailové adrese: obchod@heureka.cz



Vkládání reklam a jejich pravidla

Pro založení reklamy stačí hned na úvodní stránce zvolit možnost „PROPAGOVAT PRODUKT“, kde si vyberete konkrétní model, který budete inzerovat a vyplníte základní informace jako je název produktu, popis reklamy a typ akce.

Popis propagace a produktu

NÁZEV REKLAMY:			Max. 150 znaků (150 znaků zbývá).
NÁZEV PRODUKTU:		4World 08434	Max. 60 znaků (48 znaků zbývá).
PARAMETRY:			Max. 80 znaků (80 znaků zbývá).
POPIS:		4World kabel Toslink Optical 1.0m OEM Optický kabel Délka 1.0m Černý	Max. 180 znaků (112 znaků zbývá).
TYP AKCE:		HIT	
CÍLOVÁ URL:		https://audio-video-kabely.heureka.cz/4world-08434/	

Nyní už jen stačí zvolit typ cílení reklamy, rozpočet a je hotovo.

Cílení reklamy je možné na klíčová slova, kategorii a na alternativní produkty na detailu produktu. U cílení na klíčová slova vyplníte všechny fráze, na které chcete cílit. Ve výsledcích vyhledávání na Heurece se zobrazí ty reklamy, které mají nastavenou přesnou shodu (ignorují se pouze diakritické nepřesnosti) na hledané fráze.

S výběrem slov, na které je možné cílit, Vám může pomoci našeptávač, který zobrazuje často vyhledávané fráze související s produktem nebo kategorií produktu, nebo si můžete zdarma objednat Report hledanosti klíčových slov pro vybrané kategorie. U cílení na kategorii máte automaticky vyplněnou kategorii, do které produkt spadá.

Abyste měli rozpočet plně pod kontrolou, můžete si nastavit celkový rozpočet reklamy, ale i denní rozpočet, po jehož vyčerpání se reklama přestane v daný den zobrazovat.

Text reklamy nesmí obsahovat:

- Text reklamy nesmí obsahovat VELKÁ PÍSMENA, pokud se nejedná o názvy parametrů (USB) nebo standardizovaných názvů (např.: značka NORDline)
- Text reklamy nesmí obsahovat superlativy vztahující se k produktu (**NEJ**lepší, **NEJ**výkonější, **NEJ**kvalitnější, **NEJ**..)
- Text reklamy nesmí obsahovat akci, ani slevu, která se nevztahuje na všechny prodejce (doprava zdarma, dárek zdarma, sleva 20%, apod.)
- Text reklamy nesmí obsahovat odkaz na jiné produkty nebo stránky
- Text reklamy nesmí cílit na konkurenci a konkurenční produkty
- Text reklamy nesmí obsahovat cenu a slova s ní spojená (levný, zdarma, ...)

Klíčová slova

Množství klíčových slov pro cílení reklamy ve výsledcích vyhledávání není nijak omezené, avšak existují určitá pravidla, která neumožňují používání některých slov:

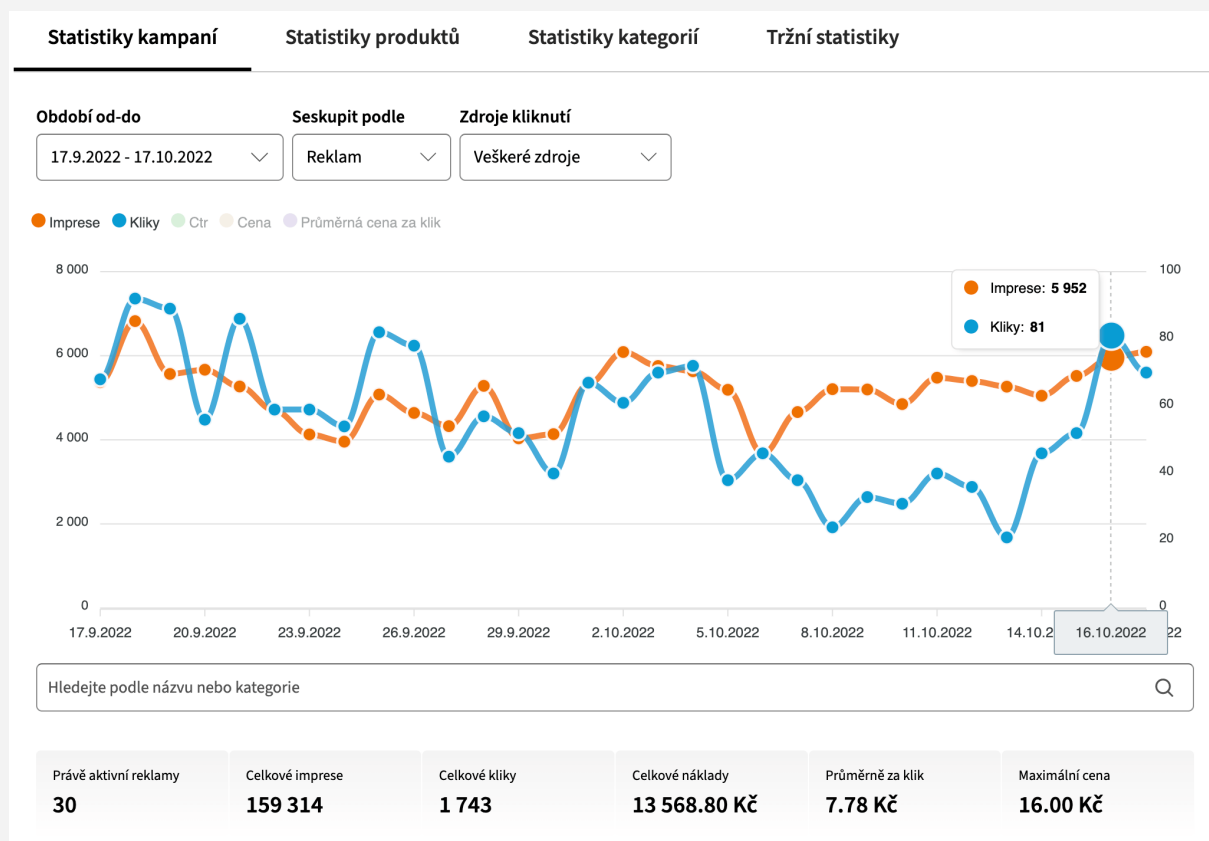
- nesmí obsahovat superlativy (**NE**Jlepší, **NE**Jvýkonější, **NE**Kvalitnější, **NE**J...)
- není možné cílit na konkurenci a konkurenční produkty
- nesmí obsahovat akce a slova spojená s cenou (zdarma, sleva, levný,...)

Statistiky

V záložce Statistiky máte několik možností zobrazení.

Statistiky kampaní

V podsekcí statistiky kampaní si snadno porovnáte, jak si vaše kampaně vedou podle impresí, kliků, CTR nebo útraty.



Statistiky produktů

Ve statistikách produktů můžete sledovat, jak se daří všem vašim produktům – jakou mají pozici a zda jsou dostatečně navštěvované. Pokud nejste spokojeni s pozicí produktu a počtem jeho zobrazení návštěvníky Heureka, můžete odtud jednoduše vytvořit reklamu.

A pokud už reklamu na produktu máte, tak ve sloupci **Kliky na reklamu** vidíte, kolik produktových návštěv přišlo díky Product Ads inzerci.

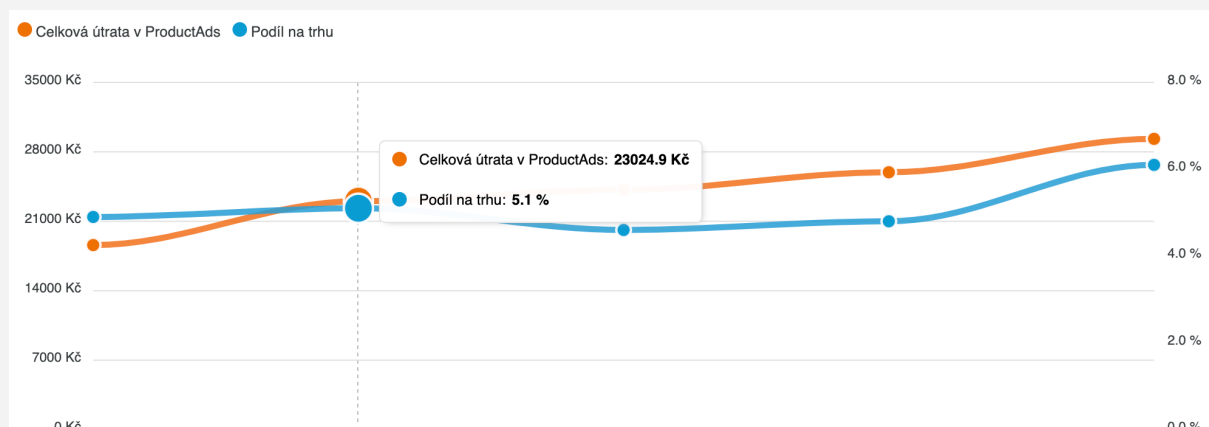
Název produktu	Kategorie	Reklamní kampaň	Pozice produktu	Zobrazení produktu	Kliky na reklamu
Karaoke set	Karaoke	Předvánoční karaoke kampaň	1 - 14	166	111
STR 59 XCM	Hi-Fi systémy	Vytvořit reklamu	2 - 18	91	0

Statistiky kategorií

Zajímá vás, kolik návštěvníků se dostane do kategorie a zafiltruje si na vaši značku? Nebo máte obrádkované zafiltrované kategorie a chcete vědět, kolik lidí vidělo vás branding? Odpovědi naleznete ve statistických kategoriích.

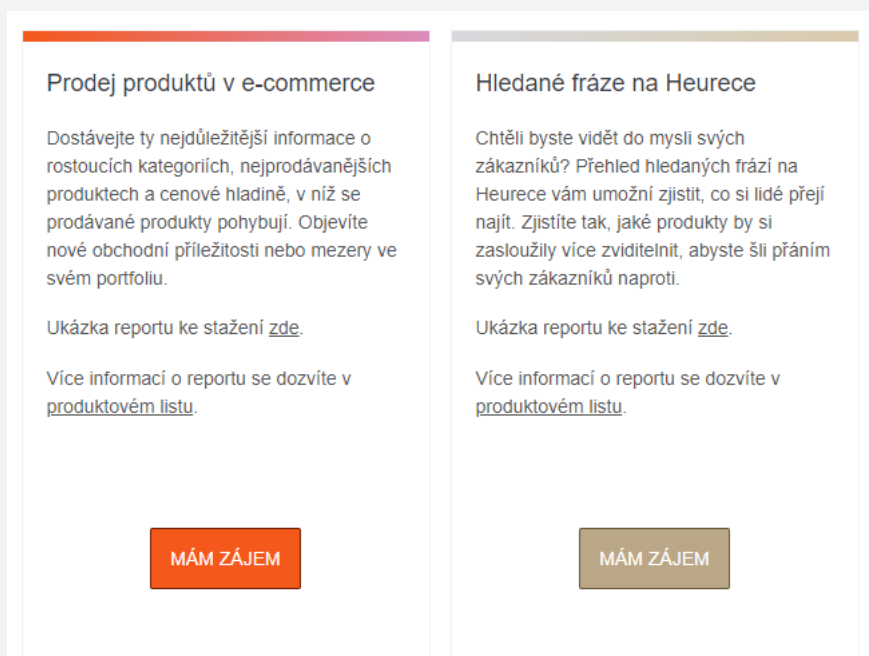
Tržní statistiky

Co takhle se podívat, jak si vedete na trhu v porovnání s ostatními značkami v dané kategorii na Heureka? Prohlédněte si podíl odchodu do obchodů u produktů vaší značky a reflektujte jej v investicích za Product Ads reklamu, která může podpořit jeho navýšení.



Datové přehledy

Chcete na trhu plavat jako ryba ve vodě, ale chybějí Vám potřebná data? V rámci rozhraní ProductADS nabízíme balíčky dat, která Vám mohou pomoci s orientací na trhu, ale také s cílením Vašich reklamních kampaní.



Vybírat můžete z následujících možností:

- **Odhady prodeje produktů v e-commerce**

Jak lze data využít? Z přehledu se můžete dozvědět:

- Jaký je nejprodávanější produkt v kategorii
- Jaký je tržní podíl značky v kategorii
- Jaký je tržní podíl produktu v kategorii
- Ovlivňuje marketingová kampaň online prodeje
- Které produkty se stávají populárními
- Jak jsou produkty hodnoceny ve srovnání s konkurencí
- Jak cena ovlivňuje prodej produktů

- **Hledané fráze na Heurece**

Jak lze data využít? Z přehledu se můžete dozvědět:

- Která klíčová slova návštěvníci použili před návštěvou určité kategorie
- Která klíčová slova byste měli využít při plánování kampaně v ProductADS