

# Efektivní práce s rozpočtem

Kde klienti (ne)pálí budget

**KOFEIN**  
**ON**

SPECIALISTÉ  
NA REKLAMU

**PPC**

PERFORMANCE = ZKUŠENOSTI + DATA + ROZUM + TECHNOLOGIE + LÁSKA

# CERTIFIKACE



Microsoft Advertising

Select Partner



# AKTUÁLNÍ KLIENTI



**AUTO KELLY**



**PLANEO**





**Daniela Nemravová**  
Social Ads Teamleader  
[daniela.nemravova@kofein.cz](mailto:daniela.nemravova@kofein.cz)



**Anna Bláhová**  
Senior strategic  
[anna.blahova@kofein.cz](mailto:anna.blahova@kofein.cz)

## 4 příběhy ze života specialisty

1. Rozpočty při krátkodobé akci
2. Rozpočty během sezóny
3. Co dělat, když mám málo peněz?
4. Co dělat, když mám hodně peněz?

# 1# Krátkodobé akce

# Kde leží potenciál u akcí do 5 dnů?



- Delší učící algoritmus a akviziční kampaně se nemají dostatek dat pro efektivní výkon
- Vhodný pro “sběr” uživatelů ve vyhledávání



- Kratší učící algoritmus, který dokáže okamžitě reagovat na zvýšenou poptávku

Krátkodobé akce - Meta

# Struktura kampaní

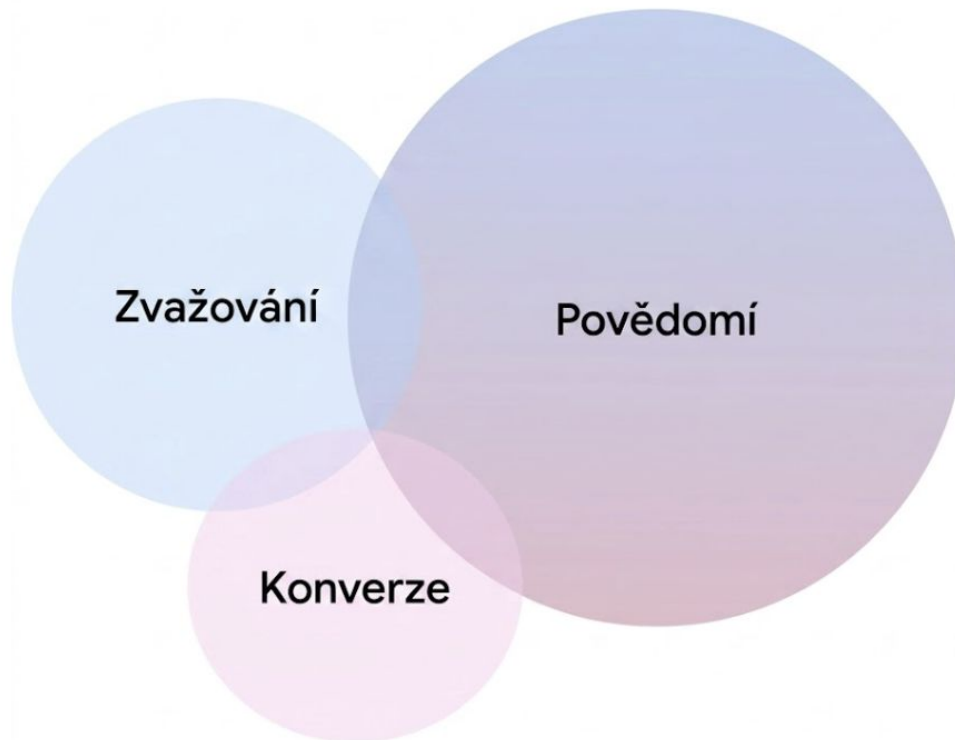


Všechno naleju  
do traffic kampaně



Využiju různé účely kampaní  
pro každou fázi rozhodování

# Struktura kampaní



# Struktura kampaní - AWARENESS

- **Cíl:** Škálovat zásah - ukázat dobrou nabídku co nejvíce uživatelům
- Možnost **omezit frekvenci** (jistota zásahu)
- Nejlevnější možné CPM
- Vliv na ostatní zdroje návštěvnosti

Impact of campaigns with 50%+  
budget in awareness objectives

## 38%

Incremental PMA  
campaigns traffic

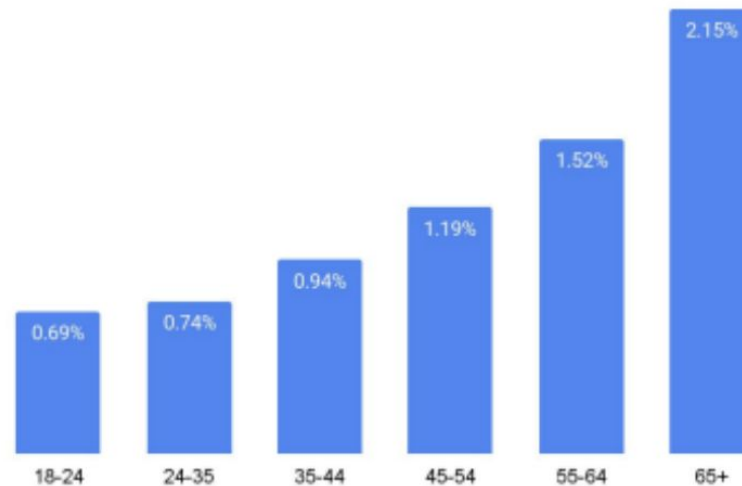
## 10%

Incremental Organic  
Search traffic

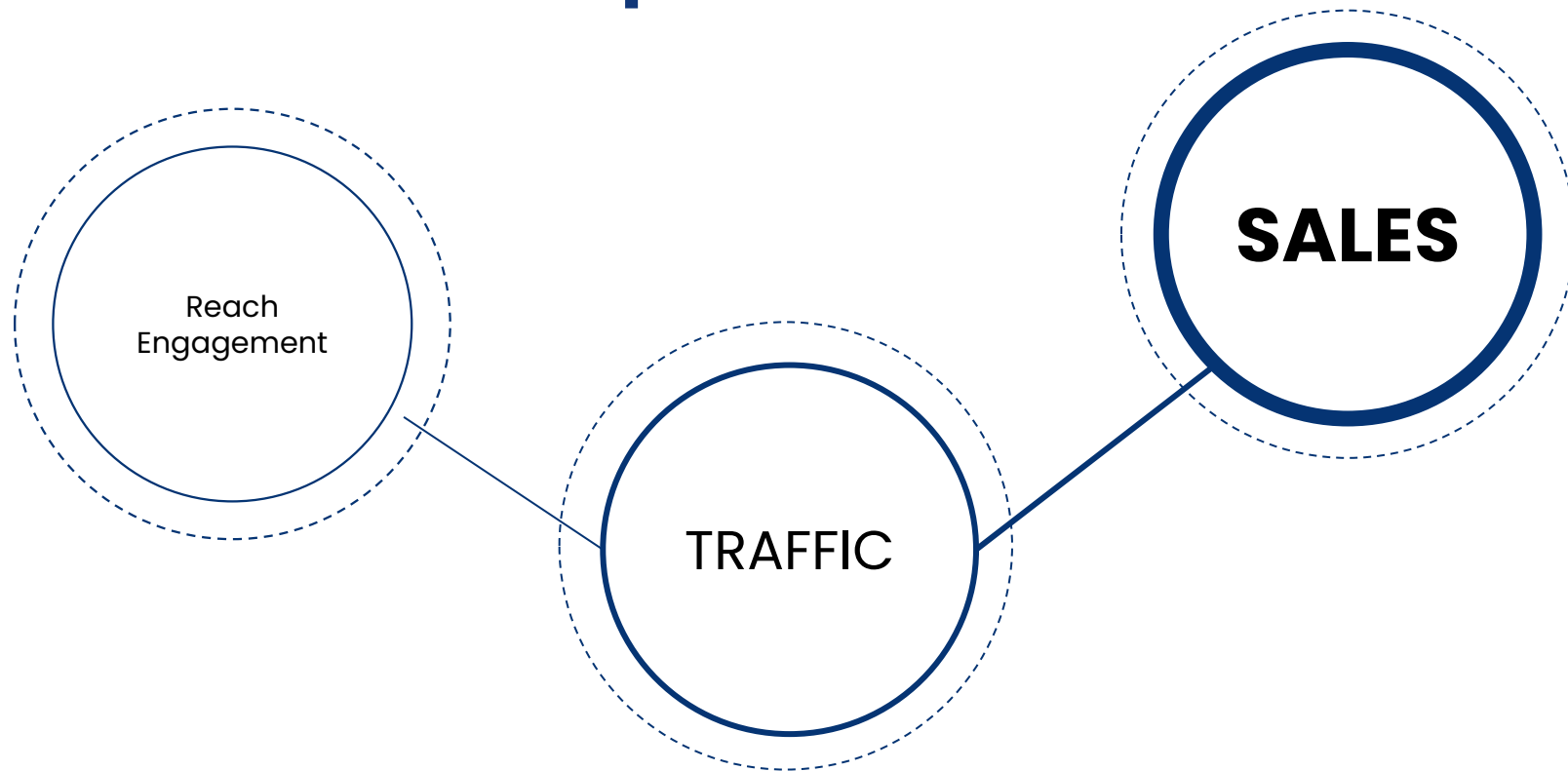
# Struktura kampaní – TRAFFIC

- **Cíl:** podpořit záměr k nákupu
- Nejlevnější možné CPC / CLPV
- **ALE! Mladí lidé klikají méně**  
(CTR se s nižším věkem výrazně snižuje)

Average Peak CTR by age



# Struktura kampaní



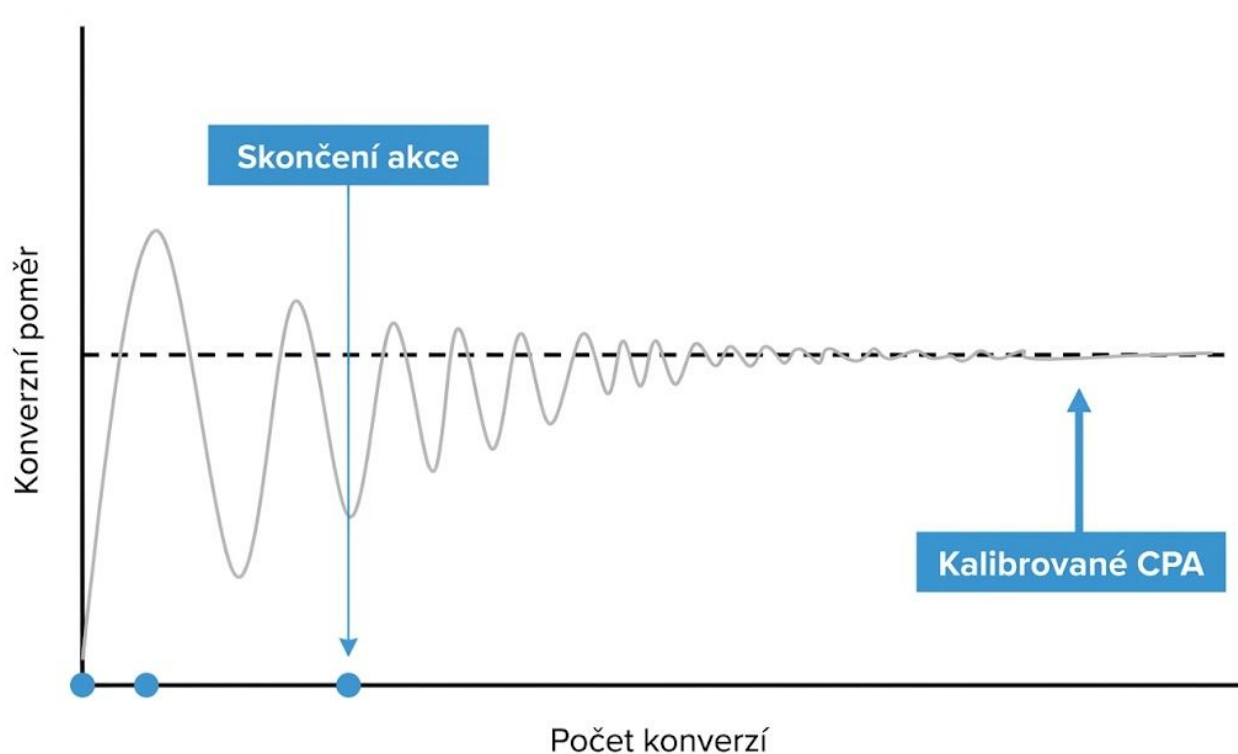
# Struktura kampaní

**+ 225 % tržeb YoY Meta**

**+ 900 % tržeb YoY GA4**

Krátkodobé akce - Meta

# (ne)přímý vliv Mety



Krátkodobé akce - Meta

# (ne)přímý vliv Mety - před



Krátkodobé akce - Meta

KOFEIN  
ON

# (ne)přímý vliv Mety - po

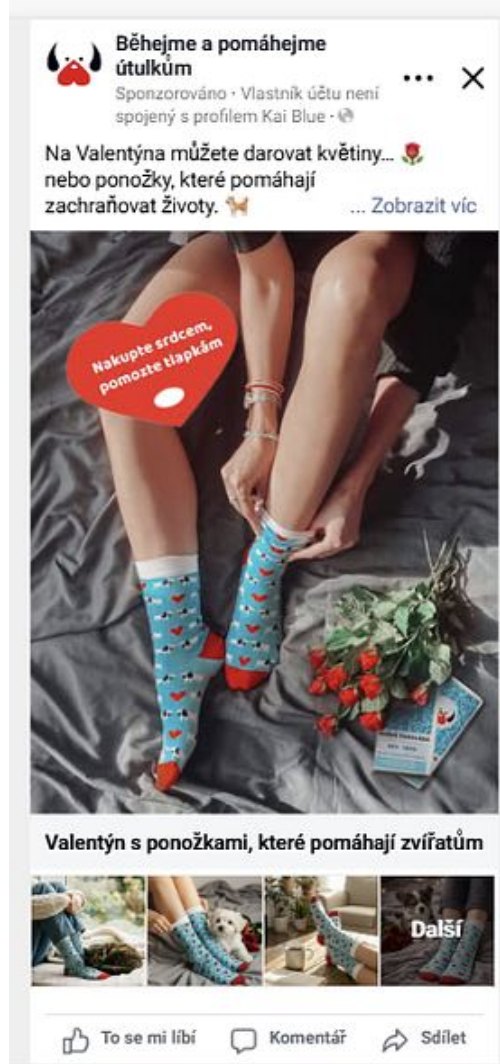


Krátkodobé akce - Meta

# (ne)přímý vliv Mety

- Podpora pouze pomocí Mety na 5 dní (5.-10.2.)
- Nejprodávanější produkt února
- **94 % všech ponožek** se na e-shopu prodalo v tomto období

KOFEIN  
ON



Běhejme a pomáhejme útulkům  
Sponzorováno · Vlastník účtu není spojený s profilem Kai Blue ·

Na Valentýna můžete darovat květiny... nebo ponožky, které pomáhají zachraňovat životy. ... Zobrazit víc

Nakupte srdcem, pomozte tlapkám

Valentýn s ponožkami, které pomáhají zvířátkům

Dašší

To se mi líbí · Komentář · Sdílet

Krátkodobé akce - Meta

# Škálování rozpočtu

- Za 6 dní **růst rozpočtu o 400 %** s nejlepšími výsledky za 2 roky spolupráce v hluchém období
- **Růst konverzí o 445 % YoY**

From Kč40000.00 — to Kč45000.00 Per day	Mar 23 at 7:38 PM
From Kč39000.00 — to Kč40000.00 Per day	Mar 23 at 1:58 PM
From Kč30000.00 — to Kč39000.00 Per day	Mar 23 at 1:56 PM
From Kč26000.00 — to Kč30000.00 Per day	Mar 22 at 8:28 PM
From Kč20000.00 — to Kč26000.00 Per day	Mar 22 at 8:27 PM
From Kč22000.00 — to Kč20000.00 Per day	Mar 20 at 9:54 AM
From Kč17000.00 — to Kč22000.00 Per day	Mar 19 at 8:34 AM
From Kč13000.00 — to Kč17000.00 Per day	Mar 18 at 4:00 PM
From Kč11000.00 — to Kč13000.00 Per day	Mar 17 at 11:06 AM
From Kč9000.00 — to Kč11000.00 Per day	Mar 17 at 11:04 AM

# Sezónní nabídky

Úpravy

Sezónní Vyloučeno

Vytvořit úpravu sezónnosti

**Nastavení**

**Typ úpravy**

Rozpočet

Konverzní poměr

**Název**

0 / 255

**Popis (volitelné) ⓘ**

0 / 2048

**Čas zahájení ⓘ** **Doba ukončení**

do

**Uložit** Zrušit

# Úpravy kampaní

### Přidat nadpis

Přidat do

Kampaň ▾

Podklad

**Nadpis**

Přidejte nadpis. Ten pak bude používán ve vámi vybraných kampaních. [Další informace](#)

Slevy až 50 %
📌 ?

13 / 30

^ Pokročilé možnosti

Plánování podkladů

Vyberte, kdy se podklady mohou zobrazovat

Datum zahájení	Datum ukončení
<input type="radio"/> Žádné	<input type="radio"/> Žádné
<input checked="" type="radio"/> 25. 5. 2026 ▾	<input checked="" type="radio"/> 31. 5. 2026 ▾

1 z 2 náhledů < >

Mobilní

**Sponzorováno**

www.example.com

**Slevy až 50 % | Nadpis 2 | Nadpis 3**

Popis 1. Popis 2.

Tento náhled ukazuje potenciální reklamy sestavené z vašich podkladů. Nejsou zobrazeny všechny kombinace. Podklady se mohou zobrazovat v jakémkoli pořadí, proto je třeba zajistit, aby dávaly smysl samostatně i v kombinaci a aby neporušovaly naše zásady ani místní zákony. U některých formátů může dojít ke zkrácení textu. Máte možnost zajistit, aby se v reklamě určitý text zobrazil. [Další informace](#)

# 2# Rozpočty během sezóny

Rozpočty během sezóny

# Štěstí přeje připraveným



## Budgetsplit / Mediaplan

Balancování mezi brandem a výkonem



## Trendy a peaky

Nedělit rozpočet 12



## Včasná příprava

LP, kreativy, sdělení, KPI



## Sezona mimo Q4

Jackpot 🏆

# Konsolidace kampaní

- CBO rozpočet umožňuje méně kampaní  
= větší denní rozpočet  
= více dat a rychlejší učení
- Stále lze mít rozpočet pod kontrolou pomocí nástrojů v Metě
- **Max spend ≥ CBO rozpočet**

**Ad set spending limits** ⓘ

Set a minimum or maximum spend limit for this ad set. Use % value ▾

Daily minimum	%	Daily maximum	%
---------------	---	---------------	---

**Ad set spending limits** ⓘ

Set a minimum or maximum spend limit for this ad set. Use € value ▾

Daily minimum	€	EUR	Daily maximum	€	EUR
---------------	---	-----	---------------	---	-----

**Ad set budget**  
Set different bid strategies or budget schedules for each ad set.

**Share some of your budget with other ad sets** ⓘ  
We'll share up to 20% of your ad set budget with other ad sets within this campaign when it's likely to improve performance. [About ad set budget sharing](#)

**Campaign bid strategy** ⓘ  
Highest volume or value



Rozpočty během sezóny - Meta

# Value rules

- Přetlačí automatický algoritmus a donutí systém posilovat **dříve podhodnocované segmenty**
- Optimalizace rozpočtu bez přerušení učení
- Možnost optimalizovat věk, pohlaví, umístění atd.



# Value rules

- Testovali jsme za vás a:
  - CPM většinou zůstává stejný
  - Musí být dobře definovaná cílová skupina
  - Testovat delší dobu (3 týdny)

## Value rules

Create rules to tell us how much more certain audiences are worth to your business. Our system will optimize for outcomes based on these rules. [About value rules](#)

### Rule 1: 25-34, 35-44

Summary: Increase bid by 20% for people aged 25-34, 35-44

Define your preferred audiences using up to 2 criteria.

Age

25-34, 35-44

+ Add criteria

Choose how much more or less to bid on your preferred audiences. ⓘ

Increase bid by

20%

Rule name

25-34, 35-44

8/50

Remove

+ Add rule (1/10)

How multiple rules work ⓘ

Rozpočty během sezóny - Google Ads

KOFEIN<sup>®</sup>  
ON

# Změna struktury dle sezóny



# 3# Malý rozpočet

Malý rozpočet

# Zálež!



**KPI a CÍL**



**Segment inzerce**



**Agenturní fee vs. investice do systému**



**Objem dat**

# Omezeno rozpočtem



## Omezeno rozpočtem

- Přinášíme klientovi **méně dražších konverzí** místo více levnějších.

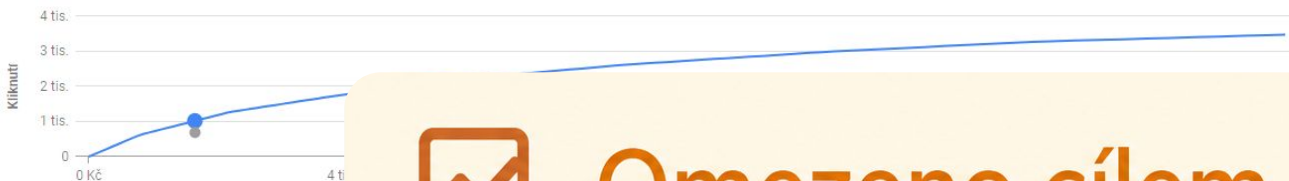
# Omezeno rozpočtem

Rozpočet	CPC	Prokliky	CR	Konverze	AOV	Hodnota konverze	CPA	PNO
10 000 Kč			2 %		3 000 Kč			
10 000 Kč			2 %		3 000 Kč			

Malý rozpočet - Google Ads

# Plánovač výkonu

S útratou **1,62 tis. Kč** získáte **1,02 tis.** kliknutí (odhad) při CPC **1,59 Kč**.



Prognóza

- Maximální počet kliknutí na vynaloženou částku
- Stávající nastavení
- Plánovaná nastavení

Útraceno

1,62 tis. Kč

Kliknutí

1,02 tis.

1,59 Kč

Běžný provoz pro vaše oblasti a cílové trhy

Kampaň	Útrata			Kliknutí			Prům. CPC		
	Stávající	Plánováno	Rozdíl	Stávající	Plánováno	Rozdíl	Stávající	Plánováno	Rozdíl
<b>Celkem:</b>	1,62 tis. Kč	1,62 tis. Kč	-2 Kč	688	1,02 tis.	+331	2,36 Kč	1,59 Kč	-0,77 Kč
<b>Q (A)</b>	1,62 tis. Kč	1,62 tis. Kč	-2 Kč	688	1,02 tis.	+331	2,36 Kč	1,59 Kč	-0,77 Kč

# Portfoliové nabídky

## Cílová ROAS

Vlastník

**i** Tato strategie nabídek bude k dispozici všem, kdo mají přístup k účtu agentura KOFEIN, a lze ji aplikovat na kampaně v rámci tohoto účtu

Měna

**i** Výběr měny nelze po vytvoření této strategie nabídek změnit

Zahrnout kampaně s vybranou měnou (volitelné)

Vybrat kampaně

Cílová ROAS

 %

Pokud chcete zobrazit doporučenou cílovou návratnost investic do reklamy (ROAS), vyberte jednu nebo více kampaní s konverzemi

[Pokročilé možnosti](#)

## Limit min. nabídky

 Kč

Limity nabídek nebudou použity v kampaních typu Pouze Obsahová síť. Pokud chcete minimální nabídku vymazat, ponechte toto pole prázdné.

## Limit maximální nabídky

 Kč

Limity nabídek nebudou použity v kampaních typu Pouze Obsahová síť. Pokud chcete maximální nabídku vymazat, ponechte toto pole prázdné.

Malý rozpočet - Google Ads

# Mikrokonverze



# AB test creative

- Rovnoměrné čerpání rozpočtu po omezenou dobu pro až 2-10 reklam
- **AB test kreativ nezhoršuje výsledky ani nezačíná fázi učení odznova**
- Jen 1 test na kampaň v jednu chvíli

**Creative test setup**

We'll create new test ads by copying your original ad. You can update the creative for each one after you confirm your test setup.

×

**How many test ads do you want to create?**

Select 2 to 7. Your test ads will be compared alongside existing ads to find the best combination.

2
↑  
↓

**How much of your budget should go to test ads?**

Your ad set currently has a Kč150.00 daily budget.

Kč30.00
CZK

We'll aim to spend an average of Kč30.00 per day across test ads. If your ad set only includes test ads, they may receive more of the ad set budget.

**How long should the test run?**

Your test will run for this many days or until your ad set ends.

7 days
↑  
↓

**How do you want to compare performance? ⓘ**

Cost per post engagement
▼

Cancel

Confirm

Rozpočty během sezóny - Meta

# Push delivery

- **Co když 99 % rozpočtu do jedné reklamy?**
- Realokace rozpočtu do konkrétní reklamy na omezenou dobu
- Funguje naprosto přesně



# Push delivery

- Lze pushnout víc reklam naráz
- Máme dobrou zkušenosti při doplnění nové reklamy (rozjede se rychleji)
- Nejde spolu s AB test creative

**Multi-advertiser ads**  
 Your ad can appear with others in the same ad unit to help promote discoverability. Your ad creative may be resized or cropped. [About multi-advertiser ads](#)

[Hide options](#) ▲

**Push delivery to this ad** ⓘ On

Help ensure delivery by dedicating a portion of your budget to your ad.

**What percent of budget spent per day should go to test ads?**  
 Your daily ad set budget is Kč150.00.

20
%

We'll aim to spend an average of Kč30.00 per day but overall, you won't spend more than your Kč150.00 daily budget or any maximum you set.

**For how long?**  
 Your ad will use your existing budget after it ends.

7 days
▲  
▼

Rozpočty během sezóny - Meta

# Push delivery

- Pokud se Metě reklama líbí, bude do ní dál investovat. A pokud ne...



# 4# Velký rozpočet

Velký rozpočet

# Existuje?

 **KPI a CÍL**

 **Nižší ROAS**



**Agenturní fee vs. investice do systému**

# Velký rozpočet



Google Ads

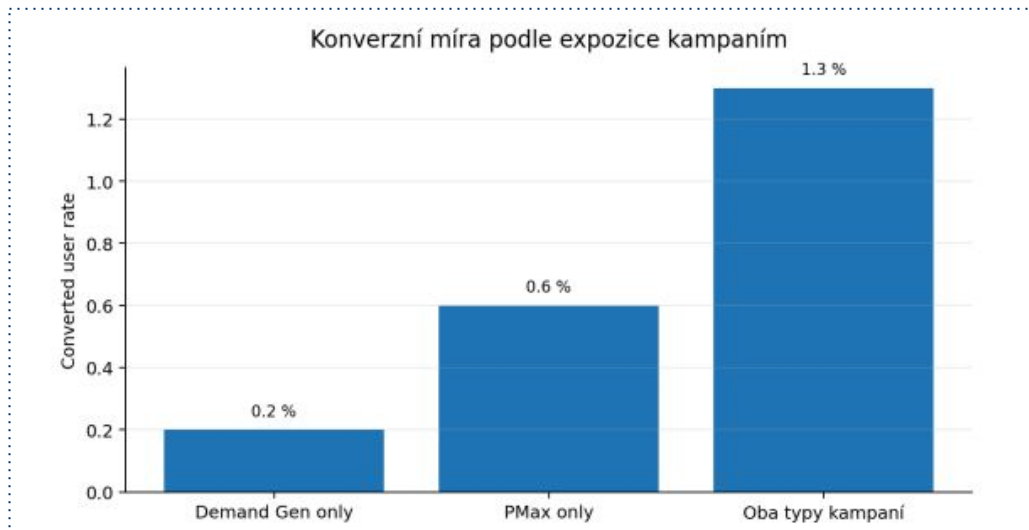
Kampaň	Konverze	Konverzní poměr	Hodnota konverze
▼ Přípravované koncepty: 0			
☐ ● PFM_MAX_ALL	95,11	1,77 %	483 429,55
Neznámá	0,00	—	0,00
Noví zákazníci	66,17	—	333 515,22
Vracející se zákazníci	28,94	—	149 914,32
Další konverze (všichni zákazníci)	0,00	—	0,00



Engaged audience ⓘ	Kč72,429.60
Existing customers ⓘ	Kč67,414.39
New audience ⓘ	Kč150,386.28

Velký rozpočet - Google Ads

# Demand Gen kampaně



# 1 rozpočet vládne všem

- **Konsolidace** - i s milionovými rozpočty můžou stačit 2-3 kampaně
- **Rozpočet na úrovni kampaně** umožňuje stále mít to důležité pod kontrolou a sbírat víc dat
- **Škálování rozpočtu** - u toho, co nejvíc funguje (cílovka, kreativa, hlídat momentum apod.)



Rozpočet na úrovni kampaně



Min / Max  
spendy sestavy



20 % testovací  
rozpočet  
podle Mety



AB test  
creative



Value rules



Push delivery

Sleva 10 % do 30.6. s kódem  
“MERGADO”

[behproutulky.cz](http://behproutulky.cz)

Charitativní běh 2026:

Brno 28.9.

Praha 20.9.

Olomouc 27.9.

KOFEIN  
ON



**Děkujeme za  
pozornost**