



Obsah



Vedení multikanálových kampaní

Pavel Šima

1. Pišete milion různých textů pro stejnou akci 8
2. Zadáváte práci grafikovi halabala. 10
3. Vyhodnocujete kampaně až na měsíční bázi a jste rigidní
v alokaci rozpočtu 10
4. Sledujete myriády metrik 10
5. Posíláte návštěvníky na homepage. 11
6. Necháváte různé agentury spravovat různé kanály 11
7. Nemáte zavedené standardy pro tagování 11
8. Koukáte zarputile jen na last-click 12
9. Nemáte určeného jednoho člověka, který rozhoduje o podobě kampaní
(a nese konečnou zodpovědnost) 12
10. Nemáte jasné cíle. 12



Práce s Google Analytics

Klára Kunová (Boháčková)

11. Nemáte správně implementovaný sledovací kód Google Analytics 14
12. Umožnili jste přístup do Google Analytics cizím agenturám 15
13. Nevíte, zda se vaše tržby v e-commerce počítají s nebo bez 21 % DPH . . . 15
14. Nemáte sjednocené, přehledné a logické tagování 16
15. Sledujete jenom poslední klik. 17
16. Nevíte, jaký je rozdíl mezi (not set) a (not provided) 17
17. Věříte číslům v Google Analytics 18
18. Neberete ohled na omezení Google Analytics 19
19. Kdy se v Google Analytics vzorkují data a jaký to má dopad?. 19
20. Porovnávání časových období 20



SEO

Martin Šimko

- 21. Nevíte, na jaká slova a témata cílíte 22
- 22. Nemáte originální obsah 22
- 23. Váš web se správně neindexuje 23
- 24. Máte špatně (nebo vůbec) vyplněné titulky stránek a meta description . . . 24
- 25. Nepoužíváte mikrodata 25
- 26. Využíváte chyb vyhledávačů. 25
- 27. Váš web se načítá p-o-m-a-l-u. 26
- 28. Hromadně nakupujete zpětné odkazy. 27
- 29. Nic netestujete a špatně vyhodnocujete. 27
- 30. Nevzděláváte se. 28



Placená reklama ve vyhledávání (PPC)

Lukáš Pokorný

- 31. Kampaně nemáte rozděleny na vyhledávání a obsah 29
- 32. Nedbáte na shodu mezi spouštěcím slovem, textem a stránkou 30
- 33. Volnou shodu používáte špatně 31
- 34. Nepoužíváte vylučující shodu 31
- 35. Nestaráte se o cílové stránky 32
- 36. Nemáte zapnutou brandovou kampaň 33
- 37. Neprovádíte experimenty s texty inzerátů 34
- 38. Nepoužíváte pokročilé možnosti PPC systémů 34
- 39. Neoptimalizujete 35
- 40. Nespojíte SEO a PPC 35



Retargeting

Vojtěch Kadlec

- 41. Vůbec nepoužíváte retargeting 37
- 42. Nemáte zpracovanou komplexní strategii cílení 37
- 43. Pronásledujete návštěvníky svými bannery. 38
- 44. Používáte jen jednu verzi bannerů či reklam obecně 39
- 45. Nepřizpůsobujete bannery různým publikům 40
- 46. Nepoužíváte dynamický retargeting 41
- 47. Nepoužíváte retargeting na Facebooku 41
- 48. Nepoužíváte vyloučení některých publik, anebo je naopak vylučujete příliš restriktivně 42
- 49. Zaměřujete se pouze na ty, kteří opustili nákupní košík. 43
- 50. Máte u všech publik nastaveno trvání členství na 30, nebo 540 dnů? Pak je šance, že je to špatně. 44



Marketingové výzkumy

Pavel Šima

- 51. Měníte více proměnných zároveň 46
- 52. Měříte něco jiného, než co si myslíte, že měříte 46
- 53. Pletete si korelaci s kauzalitou 47
- 54. Zobecňujete závěry z pidivzorků na celou populaci 48
- 55. Pletete si logiku kvalitativního výzkumu s kvantitativním 48
- 56. Závěry výzkumů nikdy nepřetavíte do změn v marketingu 49
- 57. Ptáte se pořád stejných lidí 51
- 58. Kladete otázky ve špatném pořadí 52
- 59. Kladete dvouhlavňové otázky 52
- 60. Podle sebe soudíte cílovku 53



Emailový marketing

Alena Myšková

61.	Posíláte stejný newsletter na všechny kontakty v databázi	55
62.	Nepersonalizujete	57
63.	Netestujete	59
64.	Nepoužíváte automatizaci.	60
65.	Netagujete systematicky odkazy	61
66.	Používáte špatné landing pages	62
67.	Nevyužíváte svůj nástroj pro emailing na maximum.	68
68.	Díváte se na omezenou část dat	68
69.	Nestavíte strategii podle životního cyklu kontaktů	69
70.	Nesledujete zahraniční konkurenci	74



Social Media

Jakub Dvořáček

71.	Snažíte se být všude	75
72.	Jste egoističtí	76
73.	Nezkoumáte, co funguje a nefunguje	80
74.	Neplánujete	81
75.	Neopomíjete sílu Google+	81
76.	Nezačleňujete sociální sítě do ostatních marketingových aktivit.	82
77.	Nemáte systém na generování obsahu	83
78.	Bojíte se investovat do reklamy na Facebooku	83
79.	Sledujete jen počet fanoušků	84
80.	Nemáte vztah k sociálním sítím.	85



Copywriting a tvorba textů

Monika Styxová

81.	Vytváříte obsah, neřešíte problémy lidí	87
82.	Nemáte vztah ke klíčovým slovům	88
83.	Tvoříte obsah, který zajímá jenom vás.	88
84.	Píšete nudně a nestrukturujete.	89
85.	Jste trapní a opakujete se	90
86.	Tvoříte nekvalitní obsah	91
87.	Publikujete, jak na vás přijde nálada	92
88.	Nešíříte svůj obsah	92
89.	Zapomínáte na nákupní proces v textu	93
90.	Píšete pasivní text	94



Optimalizace pro srovnávače zboží

Martin Šimko

91.	Váš XML export zboží není podle specifikace	95
92.	V XML exportu neuvádíte EAN kód.	95
93.	V XML exportu pro Heuréku nepoužíváte její strom sekcí.	96
94.	Nekontrolujete spárovanost zboží	96
95.	Neměříte konverze	97
96.	Nemáte kompletně vyplněný profil obchodu.	97
97.	U Heuréky nemáte získaný certifikát Ověřeno zákazníky	98
98.	Na Heuréce nejste partnery sekce	99
99.	Nereagujete na negativní recenze	99
100.	Nepracujete s cenou za proklik	100