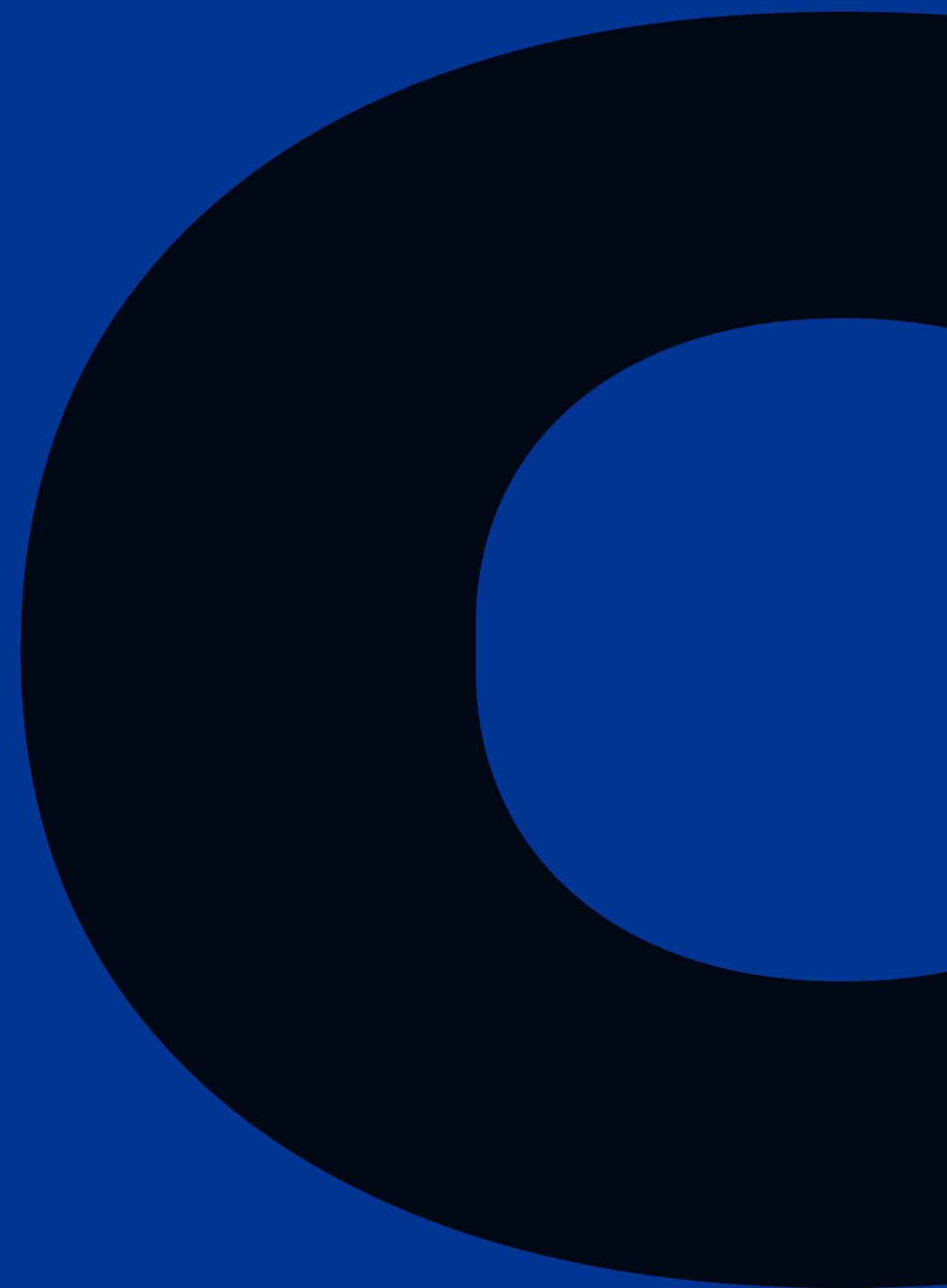




CASE STUDY · [OBOR]

**[PNO Z 19 %
NA 11 %]**

[Klient] · [e-shop s outdoorovou obuví] · [6 měsíců
spolupráce]



VÝCHOZÍ STAV

[Jedna věta: proč klient přišel.]

PROBLÉM

**[DRAHÁ
REKLAMA]**

[PNO 19 %, rozpočet rostl, tržby stály.]

MĚŘENÍ

**[NEVĚŘILI
ČÍSLŮM]**

[GA4 a Google Ads se lišily o 40 %.]

ČAS

[VŠE RUČNĚ]

[Majitel trávil 5 hodin týdně v účtech.]

ŘEŠENÍ

CO JSME UDĚLALI

01

MĚŘENÍ

Oprava duplicit, rozšířené konverze.

02

STRUKTURA

Kampaně podle marže a prodejnosti.

03

FEED

Titulky, štítky, zamítnuté produkty.

04

AUTOMATIZACE

Hlídaní rozpočtu a feedu skriptem.

VÝSLEDKY · [6 MĚSÍCŮ]

CO SE ZMĚNILO

[11 %]

PNO

[z 19 %]

[+42 %]

TRŽBY Z REKLAMY

[při stejném rozpočtu]

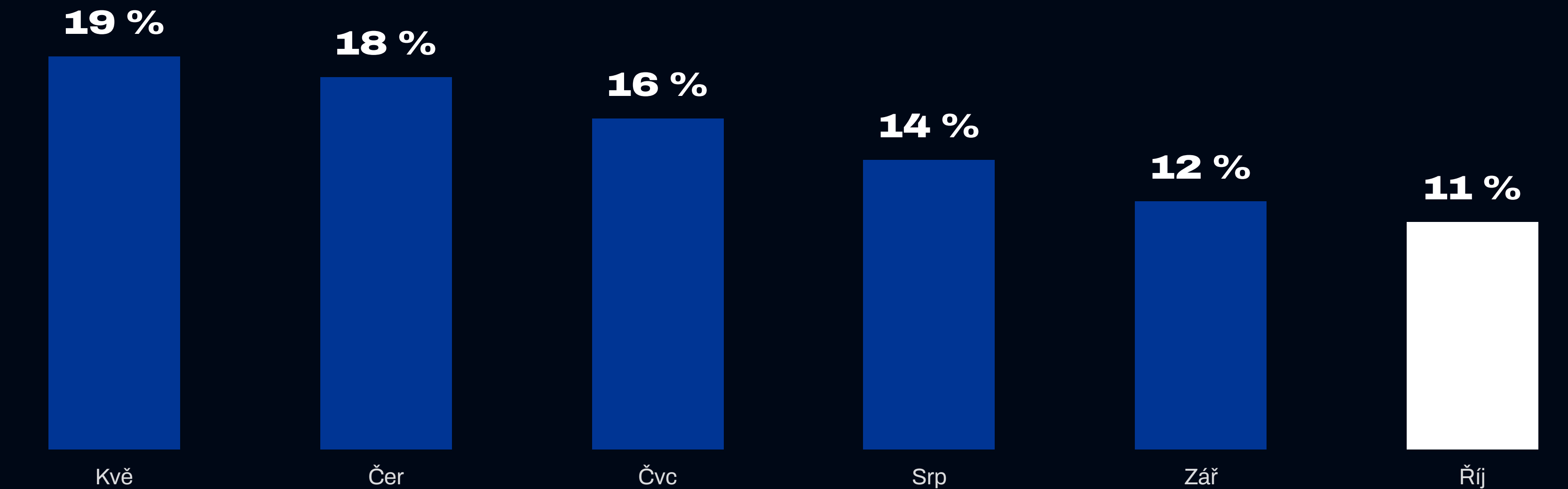
[5 h]

UŠETŘENO TÝDNĚ

[ruční práce v účtech]

VÝVOJ PNO

[Každý měsíc níž, bez škrtání rozpočtu.]



”

[Citace klienta: co se změnilo pro jeho
byznys, ne pro účet. Nejvýš dvě věty.]

[JMÉNO PŘÍJMENÍ] [Pozice, firma]

CO SI ODNÉST

CO PLATÍ I PRO VÁS

- ☐ Nejdřív měření, pak optimalizace.
- ☐ Kampaně podle marže, ne podle kategorií webu.
- ☐ Feed je polovina výkonu nákupních kampaní.
- ☐ Rutinu hlídá skript, člověk dělá strategii.

OJ CHCETE PODOBNÝ VÝSLEDEK?

Začneme nezávazným callem a auditem účtu. Za dva týdny víte, kde utíkají peníze.

TELEFON	+420 737 807 807
---------	------------------

E-MAIL	info@ondrejjaanda.cz
--------	----------------------

WEB	ondrejjaanda.cz
-----	-----------------

LINKEDIN	in/ondrej-jaanda
----------	------------------
