



GOOGLE ADS

PPC reklama a princíp fungovania Google Ads

O TEJTO TÉME:

PPC reklama patrí medzi najrozšírenejšie formy online reklamy. Firmám umožňuje zobrazovať inzeráty ľuďom, ktorí práve hľadajú konkrétny produkt alebo službu. Inzerent pritom neplatí za samotné zobrazenie reklamy, ale až vtedy, keď na ňu používateľ klikne. Vďaka presnému cieleniu a možnosti merať výsledky patrí PPC reklama medzi základné nástroje digitálneho marketingu.

ČO SA DOZVIEŠ:

- čo znamená skratka PPC a ako funguje model platby za klik
- aké typy kampaní možno vytvárať v systéme Google Ads
- prečo PPC reklama patrí medzi výkonnostné marketingové nástroje
- aké výhody má Google Ads oproti iným reklamným systémom

- ☛ DEFINÍCIA PPC REKLAMY
 - ☛ AKÉ TYPY KAMPANÍ UMOŽŇUJE GOOGLE ADS
 - ☛ PPC AKO SÚČASŤ PERFORMANCE MARKETINGU
 - ☛ GOOGLE ADS A INÉ PPC PLATFORMY
-

DEFINÍCIA PPC REKLAMY

PPC (Pay-Per-Click) reklama je forma online reklamy, pri ktorej inzerent platí za kliknutie na reklamu. Samotné zobrazenie reklamy je bezplatné – náklady vznikajú až vtedy, keď používateľ na inzerát klikne a prejde na webovú stránku inzerenta. Tento model sa používa najmä v reklamách vo vyhľadávačoch, bannerových kampaniach či vo video reklame. Výhodou PPC je, že inzerent platí len za skutočný záujem používateľa, nie za samotné zobrazenie reklamy.

V online reklame existujú aj iné modely platby. Pri CPM sa platí za tisíc zobrazení reklamy a pri CPA až za konkrétnu akciu, napríklad nákup alebo registráciu. PPC však patrí medzi najrozšírenejšie modely, pretože spája dobrú kontrolu nákladov s presným meraním výsledkov.

AKÉ TYPY KAMPANÍ UMOŽŇUJE GOOGLE ADS

Google Ads patrí k najväčším platformám, na ktorých sa zadáva PPC reklama. Umožňuje vytvárať viacero typov reklamných kampaní v jednom systéme. Najznámejšie sú reklamy vo vyhľadávaní (Search), ktoré sa zobrazujú priamo na stránke s výsledkami vyhľadávania. Okrem nich možno vytvárať aj bannerové kampane na webových stránkach (Display), video reklamy na YouTube (Video), reklamy v mobilných aplikáciách (App), univerzálne kampane naprieč kanálmi (Performance Max), reklamy v Gmaili a odporúčaníach (Discovery) či lokálne reklamy pre obchody (Local).

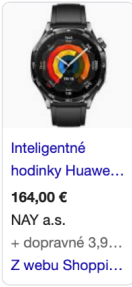
Pre e-shopy sú dôležité najmä produktové reklamy, označované ako Shopping kampane. Zobrazujú sa priamo vo výsledkoch vyhľadávania a obsahujú názov produktu, cenu aj obrázok. Používateľ tak vidí konkrétnu ponuku ešte pred návštevou e-shopu.

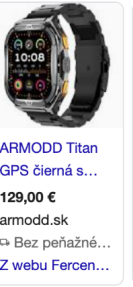
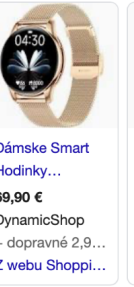
Google smart hodinky huawei

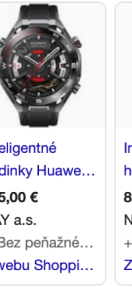
Režim AI **Všetko** Výrobky Weby s výrobkami Obrázky Videá Správy Viac Nástroje

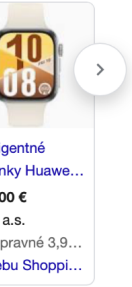
Reviews Price Buy Man Woman New Used

Sponzorované produkty :







Sponzorované výsledky



NAY a.s.
https://www.nay.sk

Inteligentné hodinky Huawei - 82 modelov na NAY.sk
Inteligentné hodinky Huawei práve teraz 82 modelov na NAY.sk. Vyberte si zo širokej ponuky...



Alza.sk
https://www.alza.sk/smart-hodinky-huawei

Huawei Watch GT 6 46 mm Black - So zľavou...
Balíkomat · Na križovatkách · Otvorené nonstop



ARMODD.SK
https://www.armodd.sk

Nová kolekcia ARMODD 2026 - Smart hodinky v slovenčine
Široký výber a najlepší pomer cena/výkon na trhu

Skryť sponzorované výsledky ^



Alza
https://www.alza.sk/.../Smart-hodinky

Huawei Watch - Smart hodinky
Smart hodinky Huawei Watch Fit · Smart náramok Huawei Band · Kvalitná konštrukcia a

Produktové reklamy (1) sa zobrazujú pri hľadaní konkrétnych (typov) produktov. Reklama vo vyhľadávaní (2) predchádza prirodzené výsledky vo vyhľadávaní

Výhodou systému Google Ads je, že všetky kampane možno spravovať na jednom mieste, nastavovať pre ne rozpočty a sledovať ich výkon.

PPC AKO SÚČASŤ PERFORMANCE MARKETINGU

PPC reklama patrí medzi nástroje výkonnostného marketingu (performance marketing). Jej výsledky možno presne merať – inzerent vidí, koľko ľudí reklamu videlo, koľkí na ňu klikli a koľko z nich vykonal požadovanú akciu, napríklad nákup alebo odoslanie formulára.

Výhodou je aj vysoká kontrola nad rozpočtom. Inzerent môže nastaviť maximálnu cenu za klik, denný rozpočet kampane a reklamu kedykoľvek zastaviť alebo upraviť. Kampane tak možno priebežne optimalizovať a presúvať rozpočet tam, kde prinášajú najlepšie výsledky.

PPC reklama má oproti niektorým iným marketingovým aktivitám ešte jednu výhodu – dokáže priniesť návštevnosť veľmi rýchlo. Zatiaľ čo napríklad optimalizácia pre vyhľadávače (SEO) prináša výsledky až po dlhšom čase, reklamy vo vyhľadávači sa môžu zobrazovať prakticky okamžite po spustení kampane.

GOOGLE ADS A INÉ PPC PLATFORMY

Hoci je Google Ads dominantnou platformou pre PPC reklamu, sú tu aj iní hráči. Podobný model reklamy využívajú aj sociálne siete alebo profesijné platformy, napríklad Meta či LinkedIn.

Existujú aj lokálne reklamné systémy. Na Slovensku napríklad bannerová platforma FatChilli a v Česku reklamný systém Sklik, ktorý ponúka reklamy vo vyhľadávaní aj v obsahovej sieti. Menšie systémy sa často snažia prilákať inzerentov nižšími cenami alebo lepším lokálnym zacielením. Mnohí vydavatelia a inzerenti kombinujú viac reklamných platforiem naraz. Vďaka tomu môžu využívať rôzne formáty reklamy alebo zapojiť lokálne reklamné siete, ktoré ponúkajú špecifické možnosti zacielenia.

Google Ads si napriek tomu dlhodobo udržiava dominantnú pozíciu. Jeho výhodou je veľký dosah, prepojenie so službami Google a aukčný systém, ktorý rozhoduje o tom, ktoré reklamy sa používateľovi zobrazia.

CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC?