

Abstrakt

Cílem této práce je zjistit, zda jsou best practices pro měření, vyhodnocování a optimalizaci PPC kampaní v české praxi využívána a jestli s nimi česká odborná veřejnost souhlasí. Zjišťování je provedeno pomocí dotazníkového průzkumu, který je zároveň praktickou částí této práce. Text pojednává ve třech kapitolách nejprve o problematice měření, vyhodnocování výsledků PPC kampaní a optimalizaci PPC kampaní. V každé kapitole jsou uvedena best practices, která jsou v rámci dotazníkového průzkumu zhodnocena. Pátá kapitola se věnuje samotnému výzkumu a prezentuje zjištěné výsledky.

Klíčová slova

výkonnostní marketing, SEM, PPC, optimalizace reklamních kampaní, best practice