

BODICE Od A do Z

Petra MIKULÁŠKOVÁ

C) MNĚ	. 3
J,	AK PRACOVAT S E-BOOKEM?	. 4
C	HARAKTERISTIKA E-SHOPU	. 6
1.	PROVEDL/A JSEM AUDIT XML FEEDU NA MERGADO.CZ	. 7
2.	DÍVÁM SE DO HISTORIE ZPRACOVÁNÍ XML FEEDU	10
3.	MÁM NASTAVENY CENY ZA PROKLIK	11
4.	MÁM VYPLNĚNÉ INFORMACE O E-SHOPU	12
5.	MÁM ZADANÉ LOGO V E-SHOPU	14
6.	MÁM ZAPNUTÉ MĚŘENÍ KONVERZÍ	16
7.	MÁM NASTAVENY CENY DOPRAVY	17
8.	MÁM SPÁROVANÉ ZBOŽÍ	22
9.	PROHLÍŽÍM STATISTIKY	25
10.	ROZŠIŘUJI ELEMENT PRODUCT O DALŠÍ TEXT (FULLTEXT)	26
11.	VYUŽÍVÁM ELEMENTU EXTRA_MESSAGE PRO DALŠÍ INFORMACE	27
12.	UVÁDÍM EAN KÓD	29
13.	UVÁDÍM SPRÁVNÉ HODNOTY V ELEMENTU DELIVERY_DATE	30
14.	POSÍLÁM VÝDEJNÍ MÍSTO V ELEMENTU SHOP_DEPOTS	32
15.	POSÍLÁM PARAMETRY V XML FEEDU	34
16.	POSÍLÁM PRODUKTOVÉ ČÍSLO V PRODUCTNO	35
17.	POSÍLÁM ROZVĚTVENÉ POPISKY PRODUKTŮ	36
18.	OBRÁZKY POSÍLÁM VE SPRÁVNÉM FORMÁTU	37
19.	HLÍDÁM SI KONKURENCI	38
20.	SLEDUJI AKTUALITY	39
21.	POSÍLÁM VŠECHNY POLOŽKY V XML	10
22.	POSÍLÁM JEN PLATNÉ POLOŽKY	41
23.	MÁM DOBITÝ KREDIT	12
24.	ΜΑ΄Μ ΝΑSTAVENÍ NA FINANČNÍ LIMIT KAMPANÍ	43
25.	MÁM NASTAVENO UPOZORNĚNÍ NA DOCHÁZEJÍCÍ KREDIT	14
26.	SLEDUJI A REAGUJI NA RECENZE SVÉHO E-SHOPU	45

27. MÁM MINIMÁLNĚ 1 HODNOCENÍ	47
28. STAHUJI XML FEED CO NEJČASTĚJI	48
А со тей?	49
Když na to nebudete stačit	49
JEŠTĚ SE VÁM MŮŽE HODIT:	50
PŘÍLOHA:	51
BIDDING	51
Měření srovnávačů v Google Analytics – oddělujete srovnávače zboží v Google	
ANALYTICS?	53

Prohlášení

Veškeré rady obsažené v tomto dokumentu berte jako zdroj inspirace a doporučení pro inzerci vašeho e-shopu. Nejsem zodpovědná za případnou špatnou aplikaci a její selhání či nepochopení daného tématu.

Text: Petra Sedláková Mikulášková – <u>www.petramikulaskova.cz</u> Korektura: Jana Balcarová – <u>www.korektury-balcarova.cz</u> Návrh obálky: Ondřej Jirásko – <u>www.jiraskoondrej.cz</u>

O mně

Jmenuji se Petra Sedláková Mikulášková. Jsem e-shopová konzultantka na volné noze.

Z mé brněnské kanceláře pracuji s klienty na optimalizaci e-shopů, lepšího využívání zbožových srovnávačů a nastavování produktových kampaní na Googlu či Seznamu.

6 let jsem provozovala e-shop Palelo.cz

Palelo.cz pro mě bylo odjakživa studnou zkušeností. Dodalo mi reálnou představu o každodenních potřebách i obtížích majitele e-shopu. Technicky se jednalo o kombinaci e-shopu na míru s krabicovým řešením.

Napsala jsem bestseller

V květnu 2012 jsem vydala jako spoluautorka publikaci "Jak vytvořit úspěšný a výdělečný internetový obchod". Zkušenosti jsem čerpala od lidí z oboru i od samotných majitelů e-shopů. V březnu 2015 vyšla aktualizovaná verze. K 30. 6. 2018 se prodalo 4 651 kusů.

2 roky jsem školila Certifikaci Heureky

Společná příprava projektu Certifikace Heureky mi přinesla plno nových zkušeností. Připravovala jsem a odškolila přípravné kurzy Heureky včetně certifikačních testů. Projekt jako takový nahradil v roce 2018 program Heureka partner.

Vzdělání, které mi pomohlo

Obdržela jsem individuální certifikát pro Google Analytics a Google nákupy a stala jsem se certifikovaným partnerem aplikace Mergado. Vlastním certifikát pro biddovací automat Bidding Fox a jsem Ověřeným partnerem cenového srovnávače Zboží.cz a Heureka.cz.













PALELO

A





Jak pracovat s e-bookem?

1) Zaměřte se na to, co zrovna potřebujete, nebo si body prohoďte

Není nutné, abyste vše procházeli hezky popořadě. Co vás nezajímá, jednoduše přeskočte nebo si jednotlivé body přeskládejte dle svých potřeb.

2) Vytvořte si vlastní list pro charakteristiku e-shopu

V tomto dokumentu uvádím na začátku jednoduchý list/dotazník, kde zjišťuji vždy informace o e-shopu. Hodí se primárně pro marketingové konzultanty zaměřené na srovnávače zboží. Dle svých možností jej přizpůsobte svým potřebám. Jste-li majitel/ka e-shopu, jednoduše pro vás nerelevantní body přeskočte.

3) Chyby/nedostatky opravte/vylepšete

Jakmile zjistíte, jak na tom je e-shop v rámci jednotlivých bodů, začněte pracovat na opravě/vylepšení.

4) Jednou za čas si znovu projděte

Doporučuji alespoň 1x za tři měsíce celý audit znovu zhotovit. Stejně tak vždy, než začne vaše prodejní sezona, a to minimálně měsíc předem.

Pamatujte na to nejdůležitější

Hned vám prozradím to nejzásadnější, nakonec, hodit se vám to bude téměř všude:

Začněte nejlépe hned TEĎ!

Doporučuji taktéž hledat informace v nápovědě

(<u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/specifikace-xml-feedu/</u>) Zboží.cz pro e-shopy, kde najdete kompletní informace. U některých bodů se na ni odkazuji.



Chci, aby vám tento e-book maximálně pomohl a vzali jste si z něj co nejvíce – aplikujte poznatky do praxe, je to důležitější než studium teorie!

Charakteristika e-shopu

Používané srovnávače zboží:

- Heureka.cz: Ano/Ne
- Zbozi.cz: Ano/Ne
- Glami.cz: Ano/Ne
- Favi.cz: Ano/Ne
- Biano.cz: Ano/Ne

Používání MERGADA: Ano/Ne

Možnost ovlivnění CATEGORYTEXTU: Ano/Ne

Možnost ovlivnění PRODUCTNAME: Ano/Ne

Používání EAN kódu: Ano/Ne, u 95 % produktů

Používání Produktových kódů: Ano/Ne

Skladová dostupnost: např. 20 % skladem, 50 % 3–7 prac. dnů, 30 % 7 a více dnů

Využívání přepravců: např. Osobní odběr Praha, GLS logistic, ...

Doprava zdarma: např. ANO od 2000 Kč

Kamenná prodejna/y: např. Ano, lze vyzvednout to, co je skladem

Osobní odběr na adrese e-shopu: Ano/Ne

Výdejní místa: Ano/Ne

Benefity (Zboží.cz):

- Dárek zdarma: Ano/Ne
- Rozšířená záruka: Ano/Ne
- Voucher na další nákup: Ano/Ne
- Příslušenství zdarma: Ano/Ne
- Pouzdro zdarma: Ano/Ne
- Montáž zdarma: Ano/Ne

1. Provedl/a jsem audit XML Feedu na Mergado.cz

Na <u>www.mergado.cz</u> si po kliknutí na Audit XML můžete udělat audit XML Feedu.



Stačí zadat adresu XML Feedu, formát a e-mail, kam má dorazit odkaz na výsledky auditu.

MERGADO	Audit XML
Audit XML	Ziskejte přehled o chybách a možných vylepšení Vašich XML souborů pro vyhledávače zboží. Nechte si vytvořit bezplatný audit XML/ · Zadáte adresu XML souboru do formuláře na této stránce, e mailovou adresu kam má Mergado odeslat výsledky a
Aplikace Mergado	 Mergado audit zpracuje Váš XML soubor. Vyhledá v něm chyby a možná vylepšení. Na uvedenou e-mailovou adresu vám pošleme e-mail s odkazem na výsledky auditu.
Merrado Store	Zpracování audňu může trvat pár minut až několik hodin. Záleží na počtu položek zboží v XML feedu a na tom, kolik dalších XML souborů je ve frontě před Várni.
Mergudo Store	Pokud výsledky auditu nedorazí na Váš e-mail ani po 24 hodinách, napište nám prosím.
	URL adress feedu: * http://www.eshop.cz/feeds/best-feed.xml Auditovat podle formátu: * Zjistit automaticky
	E-mail na který zašleme výsledky auditu: *
Mergado	Souhlasím s podmínkami využívání služby.
Nápověda 🗭 Fórum 🧭 Audit Developers Docs 🖉 Kontakt	Loouinasini se zasilarini oucindunur sueren ou sporechivsi wergado.
© 2011–2018 Mergado technologies, s. r. o.	Provést audit

Výsledky se zobrazí včetně závažnosti a počtu položek, kterých se to týká.

9	Doporučení pro vylepšení XML pro vyhledávače zboží jsou rozdělena do tří skupin. • Závažné problémy brání ve správném fungování inzerce. • Varování omezují správné fungování inzerce, přímo ji však neohrožují. • Doporučení napovídají jak přínosy inzerce ještě vylepšít.								
3 12 69	184	176	184	184 184					
Element MAN	NUFACTURER chybí nebo je p	rázdný							
Element DEL	IVERY_DATE chybí nebo je pr	ázdný							
 Hodnota eler 	mentu PRODUCT není unikátn	íí							
Element EAN	Element EAN obsahuje neplatnou hodnotu 2×								
Element CAT	Element CATEGORYTEXT obsahuje pouze jednu hodnotu 69×								
Element VAT	Element VAT obsahuje nepovolenou hodnotu 184×								
Element EAN	Element EAN chybí nebo je prázdný								



Následně si jednotlivé položky proklikněte a podívejte se detailněji, čeho se týkají.



Po kliknutí na nadpis si zobrazíte detail konkrétního produktu.

Element CATEGORYTE>	(T obsahuje pouze j	jednu hodnotu	Zpět na	výsledky auditu
Označení kategorie by mělo	obshovat plnou cestu ke zboží. Tedy	kategorii včetně podkategorií.		
		Zot	prazit všechny	Skrýt všechny
Detektor kovů Tesoro CON	VIPADRESE (Special Ec	dition), <mark>6 490 Kč</mark>) 🛒 (२ 🛛 🖍 छ
Compete		YTEXT obsahuje pouze jednu hodnotu.		
Special edition	PRODUCT	Detektor kovů Tesoro COMPADRE SE (Specia	al Edition)	
•	CATEGORYTEXT	Detektory kovů TESORO		
Skrýt vlastnosti	URL	https://www.detektorkovu.cz/products/det compadre-special-edition/p2	tektor-kovu-te	soro-

Když je vidět, jako na příkladu výše, že uvedený CATEGORYTEXT neodpovídá stromu Zboží.cz, je pravděpodobné, že položka nebude na Zboží.cz spárována.

Prosím, berte v potaz, že jde o strojovou kontrolu, a je na vašem zvážení, jestli danou chybu opravíte, nebo ji tak necháte, protože vám přijde zbytečné ji řešit.

Seznam nejčastějších nedostatků:

- Schází výrobce v elementu MANUFACTURER.
- Máte duplicitní názvy produktů (PRODUCT, PRODUCTNAME).

Petra MIKULÁŠKOVÁ

- Máte duplicitní URL produktů.
- Neposíláte CATEGORYTEXT dle stromu Zboží.cz.
- Posíláte nerozvětvený CATEGORYTEXT.
- Posílate nepodporovanou hodnotu dostupnosti položky (př. slovní).
- Názvu chybí produktové číslo.
- EAN jsou duplicitní či neodpovídají normám pro EAN.
- Posíláte nevhodná slova v názvu položky (např. Novinka, Akce, Sleva, Výprodej, ...).
- V XML je nesoulad názvu v PRODUCTNAME a PRODUCT.
- XML postrádá parametry.
- XML obsahuje položky s nulovými cenami.
- Posíláte špatnou hodnotu VAT (sazba daně).
- Chybí element pro obrázky nebo je prázdný (IMGURL).
- Výrobce není uveden v názvu produktu.
- Máte příliš krátký název produktu (minimálně 3 znaky).
- Nemáte unikátní ITEM_ID jsou duplicitní.
- XML obsahuje neplatnou hodnotu pro dopravce v elementu DELIVERY_DATE.

2. Dívám se do historie zpracování XML Feedu

V záložce Feed najdete i historii zpravování.

<u>Info</u>	Provozovna	Feed	Položka	<u>Párování</u>	<u>Kampaně</u>					
Výpis feedů										
Číslo	Provozovna	Vodozna	iky polože	ortovaných k	Poslední zpracování	Poslední přepárování položek	Akte			
22182	<u>Shop</u>	Ne	<u>1334</u>		13. 7. 2018, 11:47:31	13. 7. 2018, 13:22:07	Historie zpracování Editace URL feedu stahovat maximálně 12krát denně 🔻			

Po kliknutí najdete více informací o vašem feedu. Najdete zde i validátor, který upozorňuje na chyby ve vašem Feedu.

Info Provozovna Fee	d <u>Položka</u>	Párování Kan	<u>ipaně</u>											
Historie zpracování feedu provozovny Shop														
Akce: Historie feedu Editace URL feedu	Počátek zpracování	Konec zpracování	Řádků	Položek ve feedu	Naimportovaných položek	Nových položek	Změněných položek	Duplicitních položek	Zpracovaných obrázků	Chybných položek	Chyseých obrázků	Výsledek zpracování	Zpráva o zpracování	Hlášení
Odkazy: Provozovna	13. 7. 2018, 14:57:27	13. 7. 2018, 14:57:41	46382	1345	<u>1334</u>	Probíhá zpracování	Probíhá zpracování	0	Probíhá zpracování	11	Probíhá zpracování	ок	Validace odhalila chyby	<u>Zobrazit</u>
	13. 7. 2018, 11:38:43	13. 7. 2018, 11:47:31	46382	1345	1334	0	0	0	-	11	-	ок	Validace odhalila chyby	<u>Zobrazit</u>

Po kliknutí na odkaz Zobrazit se vám vypíší chyby, na které je vhodné se podívat a případně je opravit. Zobrazuje se ovšem jen výběr chyb!

Diagnostika feedu id: 22182

Od každého typu chyby je zobrazeno maximálně 5 záznamů. Detailní popis chyb, včetně jejich řešení, je k dispozici v naší <u>Nápovědě</u>.

Čas	Chyba
13. 7. 2018 11:38:58	Chyba: Varování: Obsah 97612180442 elementu EAN, či samotný element neni validní Řádek: 9449 Sloupec: 0 Problémový XML tag: <u>EAN</u>
13. 7. 2018 11:38:58	Chyba: Chybí skladová dostupnost položky Položka: <u>Lucky Reptile Turtle-Tarrium Skříňka pod Turtle-Tarrium S - stříbrná</u>

Alternativně lze použít Validaci XML na adrese:

https://www.zbozi.cz/validace-feedu/

3. Mám nastaveny ceny za proklik

Nastavení cen za proklik je přístupné ihned po schválení e-shopu.

Zboží.cz umožňuje nastavit cenu za proklik přes administraci (na kategorie a na položky) nebo přes XML feed. XML feed má přednost, ale pokud tam je nižší CPC, než kterou požaduje Zboží.cz jako výchozí, data se začnou čerpat z případných nastavení v administraci, a pokud i zde nic není nastaveno, Zboží.cz účtuje výchozí CPC.

> Celkově je na internetu i ve srovnávačích i mezi e-shopy rozdílná terminologie. Na Zboží.cz znamená "produkt" něco jiného. Doporučuji tedy spíše používat výraz "položka". Bidovat se tedy dá na jednotlivé položky, na kategorie, nebo podle cenových rozsahů prodejních cen. Odkud se bude "brát" bidování na položky, se navíc musí definovat, a to buď z administrace, nebo ve feedu.

Info Provozovna F	Feed Položka Párování P	(ampaně <u>Účet</u>								
Nastavení aukce bag	Nastavení aukce bagin.cz									
Akce: Nastavení aukce na jednotlivé položky Nastavení pro kategorie Nastavení pro cenové rozsahy, Plánování kampaně Plánování kampaně Statistiky, provozovny, Nápověda Správa kampaně Minimální cena, účtovaná za proklik, se liší podle prodejní ceny vaší položky. Pokud bude vámi nastavená cena nižší, bude účtována tato minimální cena:										
<u>Editace informací</u> <u>Správa provozovny</u>	Prodejní cena Minimální cena za proklik	do 100 Kč 0,50 Kč	101–300 Kč 1,00 Kč	301–1000 Kč 1,25 Kč	1001–5000 Kč 1,50 Kč	od 5001 Kč 2,00 Kč				
<u>Správa recenzí</u> Měření konverzí Doprava a výdejní místa	Na tomto místě můžete nasta proklik může být výrazně nižši	vovat maximální ceny z než nastavená maxima	a proklik na vaše polo ální cena - při prokliku	ožky (nabídky). Ceny z u systém naúčtuje nejr	a prokliky jsou uváděn ižší potřebnou částku	y v Kč bez DPH, cer pro danou pozici (po	ny položek v Kč s DPH. Reálná cena za dobný systém využívá např. Sklik).			
Doručení do Vánoc	 z feedu Ve feedu se dá nastavit 	maximální cena za proł	klik pomocí tagu MAX	_CPC a MAX_CPC_S	EARCH. Aktualizace s	e provádějí standare	dně 2x denně.			
Výpis kampaní Výpis faedů	Zde si můžete stáhnout Stáhnout aktuální m	pro kontrolu seznam va ax. ceny	šich nabídek s jejich	nastavenými cenami z	a proklik.					
<u>Výpis položek</u> Nástroj pro párování	Vytvořit seznam Seznam z 27.6.2018	Vytvořít seznam Seznam z 27.6.2018 14:58:17 Stáhnout: <u>CSV</u>								
<u>reasis) pro parovam</u>	přes administrační rozhran Stáhněte si seznam polo	ií žek, nastavte ceny a na	ahrajte soubor zpět. I	Maximální ceny za pro	klik u položek budou na	astaveny.				



4. Mám vyplněné informace o e-shopu

V sekci Provozovna – Editace informací – můžete upravovat údaje o vašem e-shopu. Tyto informace se zobrazují na detailu vašeho obchodu na Zboží.cz a profilu Firmy.cz. Vyplňujte ideálně vše, co můžete.

Telefon 1:	+420 77733835	58	Typ:	Mobil	•
Telefon 2:	+420 22236250	00	Typ:	Mobil	•
Nový telefon:	+420		Typ:	Vyber	•
Nový komunikátor:			Тур:	Vyber	•
* Emaily: (emaily oddělujte klávesou ENTER)	detektory@de	etektory.cz			
* Jméno firmy:	Pavel Diviš	<u>ا</u>	1		
	Oficiální (obc	hodní či živnostens	ký rejs	střík)	
Alternativní název:	Detektorkovu.	cz	1		
	Pouze, pokuo	d se liší od jména fi	rmy		
WWW adresa:	https://www.de	tektorkovu.cz			
Kontaktní údaje					
Ulice:	Pavelkova		Č.	popisné:	3390/7
* Obec:	Praha				
Část obce:	Praha 12				
Městská část:	Modřany				
Doplňující údaj:					
* P\$Č:	14300				
P. O. Box:					

Část informací se následně zobrazuje na profilu Firmy.cz:

FIRMY.CZ

Přihlásit se

Detektorkovu.cz

Pavelkova 3390/7, 14300 Praha, Modřany

Naplánovat trasu

Web	www.detektorkovu.cz					
Hodnocení	Ohodno	Ohodnoťte firmu jako první				
Mobil	+420 777 338 358					
E-mail	detekto	ry@detektory.cz				
Otevírací hodiny	Pondělí Úterý Středa Čtvrtek Pátek Sobota Neděle	Nonstop Nonstop Nonstop Nonstop Nonstop Nonstop				



A na profilu na Zboží.cz:





Detektorkovu.cz

Platba Bankovní převod, Hotově, Dobírka

Výdejní místa Vlastní místa

Vybrané kategorie obchodu Detektory kovů

Více na Firmy.cz (i) Informace o obchodu C Výdejní místa (1)

> Po kliknutí na tlačítko "Uložit" bude možné informace editovat znovu až za několik hodin! Zpravidla to je druhý den.

Služby: Možnost siednat montáž

- Nevztahuje se k nabízenému sortimentu
- Odvoz starého spotřebiče
- Nevztahuje se k nabízenému sortimentu
- Výkup na protiúčet
- Nevztahuje se k nabízenému sortimentu

Uložené změny se ve vizitce projeví do několika dnů. Vaše úprava se projeví také v databázi firem na Firmy.cz.

Uložit



5. Mám zadané logo v e-shopu

V produktových kartách se zobrazuje vaše logo.

Inter Shop 2	Intershop24.cz ★★★★★ (<u>668)</u>	ΪŊ.	ÌR.	Skladem	1 431 Kč	Do obchodu 🛽
	Stolnipocitace.cz	<u>in</u>	'n.	Skladem	1 434 Kč	Do obchodu 🛽 🖄

Pokud logo nemáte vyplněno, tak se zobrazí šedý čtverec s prvním písmenem vašeho eshopu.



Níže 5 příkladů log

- 1. E-shop využívá zcela plochy
- 2. E-shop využívá zcela plochy
- 3. E-shop nahrál logo s průhledným pozadím a je skoro nečitelné
- 4. E-shop nahrál logo v dosti malé podobě. Vhodné je ponechat jen název e-shopu
- 5. E-shop pouze nahrál logo v dosti malé podobě

bio stéra	Biosfera.cz ★★★★★ (25)	od 79 Kč	ÌR.	Skladem
+Pilulka	Pilulka.cz ★★★★★ (<u>395)</u>	戰	ìn.	Skladem
CRIZLY	GRIZLY.cz ★★★★ (29)	觐	191.	Skladem
WWW.SECONCE	Sccom.cz Přidat hodnocení	歌	Yn.	Skladem
Inter Shop 🗟	Intershop24.cz ★★★★★ (<u>668)</u>	N	ÌR.	Skladem

Petra MIKULÁŠKOVÁ

Logo může mít i kreativní užití

Třeba formou úderného textu, které k němu přidáte navíc. Platí ale, že logo musí být stejné jako na e-shopu!



Jak tedy na logo?

- Používejte kvalitní logo dobře čitelné, zapamatovatelné a s pozadím (formát png).
- Vhodný je formát png, který netrpí kompresí (rozmazáním) jako jpg.
- Snažte se plně využít prostoru pro logo, ideální velikost je 140 x 140 px.
- Logo by se mělo ideálně shodovat s tím, co máte na e-shopu. (Nepoužívejte dodatkové textové informace typu nejlevnější, akční atd., které nejsou součástí loga.)
- Na Zboží.cz si logo změníte v profilu katalogu firem na <u>https://admin.firmy.cz</u> v záložce Profil – Upravit.

6. Mám zapnuté měření konverzí

Měření konverzí slouží pro statistiky, aby bylo lépe poznat, jak vám funguje inzerce.

Měření konverzí Shop.cz Akce: Standardní Omezené Statistiky, provozovny. Standardní Omezené Statistiky, provozovny. Hlavní výhody měření Nastavení aukce ✓ Zjišťujeme spokojenost zákazníků s nákupem, anonymové nemohou váš obchod hodnotit. Editace informací ✓ Aktivně sbíráme recenze produktů, které prodáváte. Můžete je využít i ve svém obchodě. Soráva provozovny. ✓ API pro stahování hodnocení a recenzí zákazníků ale i statistik výkonu inzerce. Soráva recenzí Podívejte se podrobně na všechny výhody, které měřením konverzí získáte. Doprava a výdejní místa Nastavení měření konverzí Doručení do Vánoc 1 Odkazy: Tyto dokumenty řeší především pravidla nakládání s osobními údaji zákazníků: Výpis kampaní Smluvní podmínky, pro měření konverzí	Info Pro	vozovna	Feed	<u>Položka</u>	<u>Párování</u>	<u>Kampaně</u>	<u>Účet</u>
Akce: Standardní Omezené Statistiky, provozovny, Hlavní výhody měření Správa kampaně Hlavní výhody měření Nastavení aukce Z jištujeme spokojenost zákazníků s nákupem, anonymové nemohou váš obchod hodnotit. Editace informací Z jištujeme spokojenost zákazníků s nákupem, anonymové nemohou váš obchod hodnotit. Editace informací Aktivně sbíráme recenze produktů, které prodáváte. Můžete je využít i ve svém obchodě. Správa provozovny. API pro stahování hodnocení a recenzí zákazníků ale i statistik výkonu inzerce. Správa recenzí Podívejte se podrobně na všechny výhody, které měřením konverzí získáte. Doprava a výdejní místa Nastavení měření konverzí Doručení do Vánoc Prostudujte si naše podmínky, ať víte, do čeho jdete Odkazy: Tyto dokumenty řeší především pravidla nakládání s osobními údaji zákazníků: Výpis kampaní Smluvní podmínky, pro měření konverzí	Měření ko	onverzí Sh	op.cz				
Doprava a výdejní místa Nastavení měření konverzí Správa API Image: Doručení do Vánoc Doručení do Vánoc Image: Prostudujte si naše podmínky, ať víte, do čeho jdete Odkazy: Tyto dokumenty řeší především pravidla nakládání s osobními údaji zákazníků: Výpis kampaní Smluvní podmínky pro měření konverzí Doboda o zpracování osobních údajů Doboda o zpracování osobních údajů	Akce: Statistiky.pro Správa kam Nastavení a Editace infor Správa prov Správa rece	ovozovny paně ukce rmací rozovny nzí verzí		Standardní Hlavní výł Zjišťujeme Aktivně st API pro st Podívejte se	Omezené nody měře e spokojenos píráme recer ahování hoc e podrobně n	ení st zákazníků nze produktů, tnocení a rec na <u>všechny v</u> y	s nákupem, anonymové nemohou váš obchod hodnotit. , které prodáváte. Můžete je využít i ve svém obchodě. cenzí zákazníků ale i statistik výkonu inzerce. ý <u>hody,</u> které měřením konverzí získáte.
Odkazy: Tyto dokumenty řeší především pravidla nakládání s osobními údaji zákazníků: Výpis kampaní Smluvní podmínky pro měření konverzí Nária čerčí Doboda o zpracování osobních údají	<u>Doprava a v</u> <u>Správa API</u> Doručení do	ý <u>dejní místa</u> Vánoc		Nastaveni	i měření k dujte si naš	onverzí e podmínky,	, ať víte, do čeho jdete
<u>Vypis feedu</u>	Odkazy: <u>Výpis kampa</u> <u>Výpis feedů</u>	aní		Tyto dol <u>Smluvn</u> Dohoda	kumenty řeš <u>í podmínky j</u> a o zpracová	ií především j pro měření ko ní osobních u	pravidla nakládání s osobními údaji zákazníků: <u>onverzí</u> <u>údajů</u>

Vhodné je implementovat Standardní měření konverzí – poskytuje více informací.

Petra MIKULÁŠKOVÁ

7. Mám nastaveny ceny dopravy

Ceny za dopravu můžete nastavit v rozhraní Zboží.cz v záložce Provozovna a odkazu Doprava a výdejní místa.



Výchozí záložka jsou výdejní místa, kde můžete zadat jak síť výdejních míst (Pošt, Zásilkovny, Uloženky...), tak místa vašich výdejen či prodejen.

Vý	dejní mís	sta <u>Doprava</u>	Jak správně nastavit dopravu a výdejní místa
Využ	ívané s	ítě výdejních míst	
Při	datsíť October Extroits (c	Vyberte síť Česká pošta (na pošt DPD Pickup Geis Point GLS ParcelShop	 všechny pobočky jen vybraná místa Přidat u) t
Nast	avení c	Toptrans Depo	
Pro	o nastave	Zasilkovna ní cen za vyzvednutí na	výdejním místě nebo dopravu použít:

Nezapomínejte si zadat vlastní výdejní místa v administračním rozhraní. Nestačí uvést informaci informaci pouze v XML feedu!

Při nastavování si dejte pozor, jestli máte zvolenu celou síť poboček nebo jen konkrétní pobočky.



řidat síť Vyberte síť 🔹 🔹	D vše Přid	at síť Vyberte síť	•	
Česká po tra poštu) <u>upravit</u> >	×	Česká pošta (na stu) (vybraná místa)	<u>upravit</u>	×

Následně musíte zvolit, z čeho se budou data používat – jestli z XML feedu, nebo z Administračního rozhraní Zboží.cz.

Při volbě Administračního rozhraní se vám zobrazí tabulka s možností zadání cen při platbě předem a na dobírku.

Nastavení cen		
Pro nastavení cen za vyzvednutí r	na výdejním místě nebo dopravu použít:	 Feed Administrační rozhraní
Shop.cz		
Cena vyzvednutí při p předem 0 Kč	l atbě na dobírku 50 Kč <u>Pokročilé i</u>	<u>nastavení</u>
Nepoužívat síť výdejních	n míst Shop.cz v kategoriích Najít kateg	orii

Po kliknutí na Pokročilé nastavení můžete nadefinovat podrobnější rozsah cen.

Pro položku	Cena dopravy při platbě	3
od: 0 Kč do: 499 Kč	předem 50 Kč na dobírku 100 Kč <u>Smazat</u>	
od: 500 Kč do: Kč Přídat rozsah	předem 0 Kč na dobírku Kč <u>Smazat</u>	
Použít pouze v kategoriích Najít kategor		

Dále uvedení hodnoty 0 znamená, že je cena zdarma (ikona č. 1). Při neuvedení žádné hodnoty, tak se daná cena nezobrazí, není podporována (ikona č. 2). Dopravu lze také dočasně vypnout, např. před Vánoci. (ikona č. 3)

Je i možné nastavovat ceny pro určité kategorie (ikona č. 4), nicméně pro případnou aktualizaci je to již složitější. Tudíž je vhodnější využít načítání cen z XML feedu – data posílá přímo váš e-shop.

Nastavení cen Pro nastavení cen za vyzvednutí na výdejním místě nebo dopravu použít:

Feed
Administrační rozhraní

Platí, že nastavení cen na výdejních místech a dopravy není možné kombinovat – buď vše nastavujete přes XML feed, nebo přes administrační rozhraní.

Hodnoty při volbě Feed se posílají v XML feedu v tagu DELIVERY.

(https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/specifikace-xmlfeedu/#DELIVERY)

<delivery> – dopravce a síť výdejních míst</delivery>	doporučeno
nepovinné	<u>odkaz</u>

Na Zboží.cz máme definovaný seznam dopravců a sítí výdejních míst které podporujeme. Dopravcem může být i eshop sám (podporujeme pouze dopravce s dopravou po celé ČR), stejně tak může prezentovat síť svých výdejních míst.

Výdejní místa - Podporované hodnoty <DELIVERY>

Název	DELIVERY_ID
Česká pošta	CESKA_POSTA_NA_POSTU
DPD Pickup	DPD_PICKUP

Platí ale, že při změně výdejních míst či dopravce na vašem eshopu musíte aktualizovat i toto nastavení v administračním rozhraní!

Využívané sítě výdejních míst



Druhá záložka (Doprava) slouží pro nastavení Dopravců.

<u>Výdejní místa</u>	Doprava 😧 Jak sr	<u>právně nastavit doprav</u>	<u>u a výdejní místa</u>
Využívaní doprav	ci		
Přidat dopravce	Vyberte dopravce ▼ Česká pošta	Přidat	
FOFR FOFR	DB Schenker DHL	Geis >	C TOPTELINS TOPTTens X
Dopravu Shop.	DPD CZ DSV FedEx	pručujete na území ce	lé ČR.
Nastavení cen	FOFR Gebrüder Weiss		
Pro nastavení cen	Geis GLS HDS Intime Messenger	stě nebo dopravu pou	žít: Feed Administrační rozhraní
Chcete uložit všec	PPL Raben Logistics Rhenus Home Delivery TNT Toptrans UPS	žit změny	

Nastavení je obdobné jako pro výdejní místa, vyberte si dopravce a následně zvolte načítání cen buď z XML feedu, nebo je nadefinujte v administračním rozhraní.

Nastavení cen	
Pro nastavení cen za vyzvednutí na výdejním	místě nebo dopravu povřt: O Feed Administrační rozhraní
Česká pošta	
Cena dopravy při platbě předem 70 Kč na dobírku	100 Kč Pokročilé nastavení
Nepoužívat dopravce Česká pošta v	kategoriích Najít kategorii

Následně se nadefinovaná výdejní místa a dopravci s cenami zobrazí u vašeho e-shopu.



Mějte "správnou" cenu za dopravu!

Cena dopravy je jedním z rozhodujících faktorů při nákupu. Lidi porovnávají nejen ceny zboží, ale zajímá je také, jaké možnosti přepravy e-shop nabízí a kolik tato služba stojí.

Doporučené nabídky

\sim	Apotek s.r.o. ★★★★★ (<u>118)</u>	N	M	Skladem	1 179 Kč	Do obchodu 🛽
+Pilulka	Pilulka.cz ★★★★★ (<u>900+</u>)		f 90+ zdarma	Skladem	1 049 Kč	Do obchodu 🛽
BENU	BENU Lékárna ★★★★★ (<u>503)</u>	od 79 Kč	1 90+ zdarma	Skladem	999 Kč	Do obchodu 🛽 🛽

Uvedení ceny dopravy je jedním z prvků algoritmu, který vstupuje do výpočtu pro pozici v boxu doporučených obchodů. Velmi zjednodušeně řečeno (jelikož kritérií je více), neuvádíteli cenu dopravy na zbozi.cz, musíte si nastavit vyšší CPC nabídku, abyste dosáhli podobné pozice jako konkurence, která cenu dopravy uvádí.

8. Mám spárované zboží

Informace o spárovaných a nespárovaných položkách najdete v administraci Zboží.cz v sekci "Párování". Je zde i párovácí nástroj. Položky si můžete sami ručně spárovat k existujícím kartám, nebo si zažádat o založení nové karty (musí být min. 2 inzerenti produktu + další podmínky viz <u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/parovaci-nastroj/kvalitne-zadany-pozadavek-na-zalozeni-produktu/</u>). Vytvořit lze týdně max. 50 karet.



Po kliknutí na odkaz "1232 jsme nespárovali" si můžete zobrazit nespárované položky, a ty se pokusit dopárovat buď k adeptům, kteří se tam nachází, nebo požádat o založení nové karty (je nutné splnit podmínky pro spárovaní, viz výše odkaz, typické důvody nespárování jsou zde: <u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/parovaci-nastroj/duvody-zamitnuti-pozadavku-jejich-reseni/</u>).



Je vhodné, když si projdete taktéž již spárované položky – někdy se stane, že produkt je spárován na špatnou kartu – pomocí párovacího nástroje jej lze přepárovat jinam.

Co udělat pro zobrazení osamocené nabídky (karty, která není spárována) v kategorii Zboží.cz?

Posílat kategorie dle stromu Zboží.cz v elementu CATEGORYTEXT. To zajistí, že nespárované položky se zobrazí jako samostatné nabídky v kategorii za produktovými kartami.

<categorytext> – kategorie dle Zboží.cz</categorytext>	doporučeno
Samostatné nabídky budeme moci zařadit do výpisu příslušné kategorie pouze v případě, u nichž je uved	en <u>odkaz</u>

CATEGORYTEXT, který bude odpovídat názvu kategorií z našeho číselníku.

Strojově čitelný strom kategorií Zboží.cz je průběžně aktualizovaný na adrese <u>https://www.zbozi.cz/static/categories.json</u> či ke stažení ve formátu pro MS Excel <u>https://www.zbozi.cz/static/categories.csv</u>. Do feedu je potřeba uvádět kompletní cestu kategorie ze stromu kategorií Zboží.cz. Jako oddělovač slouží svislá čára | (tzv. pipe)

Příklad:

<CATEGORYTEXT>Foto | Fotoaparáty a videokamery | Digitální fotoaparáty | Digitální kompakty</CATEGORYT <CATEGORYTEXT>Foto | Fotoaparáty a videokamery | Blesky</CATEGORYTEXT>

Kompletní nápovědu najdete zde: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-

obchody/specifikace-xml-feedu/#CATEGORYTEXT

Co udělat pro větší spárovanost položek?

Podívat se, zdali názvy vašich položek v XML obsahují všechny doporučené informace Zboží.cz, a ověřit si ve hledání na Zboží.cz, že existuje vedle vás min. další e-shop, který nabízí stejnou položku.

Posílat správně název v PRODUCTNAME

PRODUCTNAME je přesný název produktu a slouží k párování. Název vždy musí obsahovat skutečného výrobce zboží (ne značku). Maximální délka názvu produktu je 255 znaků. PRODUCT je název produktu ve stejném znění s rozšířením.

Výrobce (Produktová řada) Produktové označení Varianta

Kompletní nápovědu najdete zde: <u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/specifikace-xml-feedu/#PRODUCTNAME</u>

<productname> – název nabídky</productname>	povinné
povinné, doporučená délka 70 znaků, maximum 255 znaků.	<u>odkaz</u>
Obecné pojmenování výrobku z pohledu spotřebitele bez rozšiřujících údajů eshopu. Musí obsahovat v potřebné údaje tak, aby byla nabídka pomocí názvu odlišitelná od ostatních nabídek v XML feedu, a říc šablonou rozlišenou pro různé kategorie produktů (vizte <u>Pravidla pojmenování nabídek</u>). Základní šablo většinu kategorií je Výrobce (Produktová řada) Produktové označení Varianta	/šechny dí se jednotnou ona platná pro
Do názvu uveďte skutečného výrobce dílu, nikoli značku, se kterou jsou vaše produkty kompatibilní. In kompatibilitě s určitými značkami můžete uvést do atributu 'popis' [description].	formace o
<pre><productname>SONY Playstation 3 320GB</productname></pre>	

Pravidla pojmenování nabídek: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/pravidla-pojmenovani-nabidek/

Pravidla pro přesné názvy položek dle kategorií najdete zde: https://napoveda.seznam.cz/soubory/Zbozi.cz/Nazvoslovi_Zb oziCZ.pdf

9. Prohlížím Statistiky

Ve Statistikách se vám zobrazuje návštěvnost a konverze. Princip připisování konverzí je jiný, než třeba používá Google Analytics. Proto jsou běžné rozdíly v odlišných datech.

Zbozi.cz umožňuje zobrazení dat na úrovni dnů, dále pak na úrovni detailu produktu a TOP detailu produktu (toto jsou spárované položky), výpisu v kategorii (toto jsou osamocené nabídky) a výsledku hledání.



10. Rozšiřuji element PRODUCT o další text (Fulltext)

Element PRODUCT obsahuje PRODUCTNAME + informaci navíc. Tento název bude zobrazen ve fulltextu Zboží.cz.



Díky tomu máte možnost se odlišit od konkurence.

Maximální délka názvu produktu je 64 znaků pro zobrazení ve fulltextovém vyhledávání.

Aktuální informace najdete v nápovědě na: <u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/napoveda-pro-</u> <u>internetove-obchody/zbozi-xml-feed/specifikace-xml-</u> <u>feedu/#PRODUCT</u>

11. Využívám elementu EXTRA_MESSAGE pro další informace

Další výraznou možností odlišení od ostatních je možnost uvádět další benefity u produktů. U samostatných nabídek se zobrazují až 2 extra message:

Nabídky

	Panmatraci TWIX LUX 80x200 sendvičová matrace	5 600 Kč
1	 Ze studene peny 9 zon Do týdne Dórsk adarma 	Přejít do obchodu Panmatraci.cz [2
	Darek zuarma Voucher na další nákup	3 hodnocení obchodu

V produktovém detailu se zobrazí pouze 1!

Porovnání Nabídky dle	í cen obchodů e ceny			Výdejní n	nísto: Celá ČR 🔷	Dostupnost: Vše 🛛 🔻
Molitan-N MatraceO	Molitan-matrace.cz	题	M	Skladem	11 955 Kč	Do obchodu 🛽
G (ETYBAN.CZ	Ketyban.cz ★★★★↑ (<u>50)</u>	P zdarma	'n.	Skladem	13 679 Kč Prodloužená záruka	Do obchodu 🛽

Podporované hodnoty <EXTRA_MESSAGE> / Text zobrazovaný na Zboží.cz:

- Free_gift / Dárek zdarma (FREE_GIFT_TEXT)
- Free_accessories / Příslušenství zdarma (FREE_ACCESSORIES_TEXT)
- Voucher / Voucher na další nákup (VOUCHER_TEXT)
- Extended_warranty / Rozšířená záruka
- Free_case / Pouzdro zdarma
- Free_installation / Montáž zdarma

Řazení extra message (která má být první, druhá, …) se řídí pořadím značek v XML feedu.

K vybraným EXTRA_MESSAGE (Dárek zdarma, Příslušenství zdarma, Voucher na další nákup) je možnost připojit text, kde můžete uvést, o jaký konkrétní dárek nebo příslušenství se jedná:

★★★★ (<u>52)</u>	N	'n.	Za více než týden A 060 Kč Dárek zdarma	iodu 🖸
ábytek Vydiolková	颜	'n.	ZDARMA Populární časopis DŮM A ZAHRADA, 186 stran tipů a rad pro Váš dům, byt a zahradu.	iodu 🛛

Aktuální informace najdete v nápovědě na: <u>https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-pro-obchody/specifikace-xml-feedu/#EXTRA_MESSAGE</u>

12. Uvádím EAN kód

EAN kód je používán k označování jednotlivých druhů zboží. Zboží.cz podporuje formát EAN 8, 13, 14. Hodnota EAN má význam při párování položek. Když shoda názvu nabídky a produktu je příliš nízká, tak se robot dívá na hodnotu EAN v XML, a podle toho může nabídku dopárovat.

> Aktuální informace najdete v nápovědě na: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#EAN

13. Uvádím správné hodnoty v elementu DELIVERY_DATE

Na e-shopu se ve většině případů zobrazuje, kdy zákazník obdrží zboží. Tuto hodnotu posíláte v XML, Zboží.cz to zpracuje a zobrazí uživateli. Je to jeden z důležitých faktorů při rozhodování o nákupu.



V případě, že jste obvykle schopni dodat zboží dříve, než uvádíte, a jedná se o hraniční hodnoty, zvažte, zda neposlat raději nižší hodnotu.

BAŤA CZ	BATACZ.cz ★★★★★ (298)	ίη.	'n	Do 3 dnů	7 995 Kč	Do obchodu 🛽
	SIGMAshop.cz ★★★★ (<u>31</u>)	ΪŅ.	'n.	Do týdne	7 995 Kč	Do obchodu 🛽

Díky tomu se vám místo např. do týdne zobrazí do tří dnů.

Zboží.cz požaduje posílat tyto hodnoty:

- Skladem: 0
- Do 3 dnů: 1–3
- Do týdne v e-shopu: 4–7
- Více než týden: 8 a více
- Do měsíce: 15–30
- Více než měsíc: 31 a více
- Info v obchodu: pokud dodací dobu neuvádíte

Přípustné texty na e-shopu jsou tyto:

Podporované hodnoty <DELIVERY_DATE>

Hodnota <delivery_date></delivery_date>	Přípustná vyjádření na stránkách obchodu			
0 (skladem)	skladem			
	 skladem u dodavatele, expedice do 24 hodin 			
	 skladem v expedičním skladu, expedice do 24 hodin 			
	 skladem na prodejně 			
	 ihned (k odběru) 			
	 expedice do 24 hodin 			
	 počet kusů > 0 			

Další hodnoty naleznete na

https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#DELIVERY_DATE

14. Posílám výdejní místo v elementu SHOP_DEPOTS

Na Zboží.cz při použití filtrace Na prodejně si uživatel může vybrat výdejní místo, kde je zboží připraveno ihned k osobnímu odběru. Na takovém výdejním místě musí být možné výrobek prohlédnout, vyzkoušet a případně reklamovat.



U položky v elementu DELIVERY_DATE musí být uvedena hodnota 0 (skladem) a současně hodnota do elementu SHOP_DEPOTS musí obsahovat ID Firmy.cz. Po splnění těchto 2 podmínek se produkt bude zobrazovat ve filtru "Na prodejně! v produktové kartě (spárované zboží).

Hodnotu pro SHOP_DEPOTS najdete v záložce Provozovna – Doprava a výdejní místa a kliknutím na Upravit.

<u>Info</u>	Provozov	na <u>Fee</u>	ed <u>Položka</u>	<u>Párování</u>	<u>Kampan</u>	ě		
Dopr	ava a výd s	jní míst	a provozovny	/ Shop.cz				
Akce:			Výdejní mí	sta <u>Doprav</u>	<u>/a</u>	😧 Jak správ	vně nastavit d	<u>opravu a výdejní místa</u>
<u>Statist</u>	<u>iky provozo</u> n	Y.						
<u>Správa</u>	a kampaně		Využívané s	sítě výdejníc	ch mist			
Nastav	<u>vení aukce</u>		Přidat síť	Vyberte síť		▼ ○ vše	chny pobočk	y 🛛 jen vybraná míst
<u>Správa</u>	<u>a provozovny</u>							
<u>Měřen</u>	í konven		Shol 37	<u>upravit</u> ×		Zásilkovna (celá síť) ^U	pravit ×	
Dopra místa	va a výdejní	-						

Zobrazí se vám okno, kde máte prodejny a dané hodnoty pro SHOP_DEPOTS.

Shop.cz výdejní místa							
 Poku V em 	ud si přejete přidat zcela pové místo i nailu prosím uveďte IČ v dejního mís	mezi síť vlastních výdejních míst, kontaktujte nás prosím na <u>zbozi@firma.seznam.cz</u> . :ta, název a adresu.	×				
Chcete ul	ložit všechny provezené změny? Uk	zžit změny Zobrazit: Vše ▼ v regionu: Celá ČR	¥				
	Identifikátor 🥑	Adresa výdejního místa					
	21352124	Shop.cz, Opavská 45, 63900 Brno, Brno-střed					
\$	54545421	Shop.cz, Žižkovská 184, 14000 Praha					

Aktuální informace najdete v nápovědě na: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#SHOP_DEPOTS

15. Posílám parametry v XML Feedu

Parametry slouží k filtraci produktů na přehledu kategorie. Usnadňují výběr produktů. Např. u kategorie Sporttestery (<u>https://www.zbozi.cz/sport/sportovni-odevy-obuv-a-</u>





Aktuální nápovědu najdete na:

https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#PARAM

16. Posílám Produktové číslo v PRODUCTNO

Označení produktu uváděné výrobcem (Manufacturer Part Number, MPN). Tímto označením výrobce jedinečným způsobem identifikuje produkt. Akceptována je libovolná kombinace čísel a písmen. I když se jedná pro Zboží.cz o nepovinný element, musí být uváděn v názvu zboží, tj. je vhodné jej rovnou uvádět i v PRODUCTNO.

Kompletní nápovědu najdete zde: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#PRODUCTNO

17. Posílám rozvětvené popisky produktů

Popisky mají význam zejména v případě, kdy chcete pro zboží založit novou produktovou kartu, protože je dosud nespárované. Zboží.cz vyžaduje pro párování rozvětvený popisek, kde je uveden výčet vlastností zboží. Délka popisku musí být min. 250 znaků, pro založení nové karty je vhodné uvést i více.

> Kompletní nápovědu najdete zde: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/specifikace-xml-proobchody/specifikace-xml-feedu/#DESCRIPTION

18. Obrázky posílám ve správném formátu

Obrázek může být ve formátu JPEG nebo PNG, ostatní formáty nejsou podporovány. Doporučený rozměr obrázku je alespoň 425x440 px (v případě nestandardních obrázků je potřeba dodržet alespoň 1 z rozměrů). Pokud změníte obrázek bez změny IMGURL, na Zboží.cz zůstává původní obrázek.

Obrázek musí splňovat některá důležitá kritéria:

- nesmí obsahovat vodoznaky či jiné rušivé prvky, nesmí to být ryze technický nákres,
- povolený formát obrázku je JPEG nebo PNG a minimální velikost 425 x 440 px,
- obrázek nesmí být na jiném než bílém pozadí s výjimkou vybraných sekcí (např. oblečení, nábytek, sanita, dekorace, střešní okna, podlahové krytiny),
- obrázek nesmí mít nadbytečnou plochu (typicky nadmíra bílého pozadí kolem produktu),
- obrázek může mít v pozadí tzv. gradient (přechod jedné barvy do bílé), nesmí být ovšem přechod rušivý.

Můžete taktéž narazit na upozornění "Chybí obrázek". V tomto případě chyba bude v XML feedu v elementu IMGURL (nesmí obsahovat nestandardní znaky jako je třeba diakritika). Případně vám chybí obrázek v umístění, kam odkaz směřuje.



Aktuální nápovědu najdete na: https://napoveda.seznam.cz/cz/zbozi/napoveda-prointernetove-obchody/zbozi-xml-feed/specifikace-xmlfeedu/#IMGURL

19. Hlídám si konkurenci

Řada e-shopů vědomě i nevědomě porušuje pravidla srovnávačů. Je vhodné si toto hlídat a v případě porušení reportovat na podporu srovnávače (<u>zbozi@firma.seznam.cz</u>), ať sjednají nápravu.

Typické je to v nesprávném uvádění dostupnosti, ceně za dopravu, v dárcích nebo logu.



Jiné logo na srovnávači



20. Sleduji aktuality

Po přihlášení do administrace vašeho e-shopu (<u>https://admin.zbozi.cz/infoScreen</u>) najdete aktuální informace ze Zboží.cz.

Zprávy	
 Zboží.cz nově zobrazuje cenu dopravy a výdejní místa 	10.7.2018
Na začátku letních prázdnin jsme na Zboží.cz nasadili velkou novinku. Nově u jednotlivých vašich nabídek ukazujeme lidem, kolik bude stát doprava nebo osobní vyzvednutí.	
Pokud jste ještě nenastavili, je nejvyšší čas.	
Na našem blogu najdete jednoduchý návod, jak vše nastavit, aby se k nám data správně propsala.	
https://blog.seznam.cz/2018/06/na-zbozi-cz-nyni-nastavite-cenu-za-dopravu-a-vyzvednuti-v-sitich-vydejnich-mist-primo- v-administracnim-rozhrani/	
+ Novinka v nastavení ceny dopravy a vyzvednutí	26.6.2018
+ Získejte 5 % kreditu navíc při každém dobití.	15.6.2018

Na blogu Zboží.cz (<u>https://blog.seznam.cz/reklama/zbozi/</u>) sledujte zejména "contentové novinky", Zboží.cz v nich zveřejňuje seznamy nově spuštěných kategorií a změny v již spuštěných kategoriích.

3.7.

Nové kategorie na Zboží.cz v červnu

Přinášíme pravidelný přehled změn v produktové databázi Zboží.cz.

Nové kategorie:

- <u>Výcvikové píšťalky</u>
- Konvektory
- Brusné desky
- Hardwarové peněženky a trezory
- <u>Brusné talíře</u>

Přejmenované kategorie:

- <u>Nůžky na nehty a kůžičku</u> (původní název Nůžky na kůžičku)
- <u>WC moduly a sady</u> (původní název Montážní rámy a předstěnové systémy)

21. Posílám všechny položky v XML

Na záložce Feed a po kliku na Historii zpracování, tak najdete informace o zpracování XML feedu. Zkontrolujte si, jestli počet položek ve feedu odpovídá položkám, které jdou v exportu z vašeho e-shopu.

<u>Info</u>	Provozovna	Feed	<u>Položka</u>	<u>Párování</u>	<u>Kampar</u>	<u>ně Účet</u>	1			
Histo	rie zpracovár	ní feec	lu provozo	vny Shop.cz	z					
Akce: Histor Editace	ie feedu e URL feedu		Počátek zpracování	Konec zpracování	Řádků	Položek ve feedu	Naiprportovaných položek	Nových položek	Změněných položek	Duplicitních položek
Odkaz Provoz	ty: tovna		9. 10. 2018, 16:54:45	9. 10. 2018, 17:04:15	226917	8967	<u>8838</u>	0	20	129
			9. 10. 2018,	9. 10. 2018, 14:23:43	226917	8967	8838	0	8838	129

Může se stát, že počet importovaných položek nebude odpovídat tomu, co posíláte z eshopu. Příčinou může být zastavený export produktů, duplicitní položky nebo prostě jen zásah programátora, který omezil počet exportovaných položek do XML. Neznáte-li příčinu, a to pro vás žádoucí, je potřeba ji najít a odstranit.



22. Posílám jen platné položky

Neposílejte do XML zboží druhé jakosti.



Nástroje titánů - Timothy Ferriss (mírně poškozená kniha)

Skladem



23. Mám dobitý kredit

V sekci Kampaně – záložka Kampaně – je vidět stav peněženky. V případě dluhu neběží kampaně!

Info Provoz	ovna Feed	Položka	<u>Párování</u>	Kampaně	<u>Účet</u>
Správa kamp	aně bagin.c	z			
Akce: Statistiky provoz	<u>ovny</u>	Kampaň 🕐			
Správa kampar	ě	Kampaň: aktiv	vní Deakt	ivovat	
Nastavení aukce		Aktivace / Dea	aktivace ka	mpaně se proje	eví do 24 hodin, přičemž prokliky jsou účtovány až do okamžiku, kdy
Editace information	1	se vaše nabíd	ky přestar	ou skutečně zo	brazovat na Zboží.cz.
Správa provozo	<u>ny</u>	Platnost kampa	aně od: 24.	1.2013	
<u>Správa recenzí</u>		Peněženkový u Aktuální stav ú	účet: info@ ičtu: 4451,4	shop.cz 4 Kč (3678,88 K	č bez DPH)
<u>Měření konverzí</u>		<u>dobít kredit pře</u>	es Peněžen	<u>ku</u>	
<u>Doprava a výdej</u>	<u>1í místa</u>	<u>Vytvořit</u> kampa	ň na jiný ú	et	
Doručení do Vá	<u>oc</u>	<u>Ukončit</u> kampa	ıň		

24. Mám nastavení na Finanční limit kampaní

V případě, že váš e-shop za týden nebo měsíc překročí částku, kterou si nastavíte, tak se přestanou zobrazovat kampaně. Vhodné je nastavit limit pro týden. Díky tomu v případě překročení limitu dojde k dřívějšímu zastavení kampaní než v případě nastavení za měsíc.

inanční limit 🕐
Tento měsíc proklikáno: 33,75 Kč
Pokud dojde k vyčerpání limitu nebo je finanční limit nastaven na 0 Kč, nebudou se Vaše nabídky zobrazovat
Finanční limit: 500 Kč (bez DPH)
Platný pro období: týden ▼
Uložit

Pozor si dejte na limit zejména v sezoně. Tehdy se může počet kliků snadno navyšovat, přičemž limit s tím nepočítá. Díky tomu se vám kampaň může ke konci období snadno omezovat.



25. Mám nastaveno upozornění na docházející kredit

V peněžence Seznamu lze nastavit upozornění na vyčerpaný nebo docházející kredit. (<u>https://klient.seznam.cz/settings/decline-notifications</u>)

V záložce nastavení – Informování e-mailem – najdete možnosti pro informování na e-mail, nastavit můžete 3 způsoby:

- 1) Kredit úplně dojde
- 2) Kredit se sníží pod určitou hodnotu
- 3) Kredit se blíží vyčerpání

SEZNAM.CZ I KI Reklama	LIENTSKÁ ZÓNA	Přihlá
Přehled služeb v	Upozornění na vyčerp	aný kredit
Peněženka v	Informace o vyčerpání kreditu je důlež	itá, proto Vám ji zasíláme vždy.
Nastavení	Doručovací e-mail shop@shop.cz	
Snadné plati y kartou	Přidat další e-mail	
Účty s příst pem k mému účtu	Uložit	
Účty, ke kt <mark>e</mark> rým mám přístup		
Informování e-mailem	Upozornění na pokles	kreditu pod nastavenou hodnotu
☑ Kontakt	Při poklesu pod	Doručovací e-mail
🗏 Upozornění	700	Kč shop@shop.cz
	Uložit	Pridat darsi e-maii
	Upozornění na blížící	se vyčerpání kreditu
	Počet dní před vyčerpáním kred	itu Doručovací e-mail
	3	dny shop@shop.cz
		Přidat další e-mail

26. Sleduji a reaguji na recenze svého e-shopu

V záložce Provozovna a sekci Správa recenzí jsou vidět recenze vašeho e-shopu od zákazníků.

<u>Info</u>	Provozovna	Fee	<u>d Položka Párov</u>	<u>rání Kampar</u>	<u>ně Ú</u>	čet					
Výpis	Výpis hodnocení internetového obchodu Shop.cz										
Akce:	1		Celková spokojenost	θ	Termí	n dodání 😝	Kor	nunikace 😝	Dodání zboží		
Správa	<u>a kampaně</u>		100% (5 hodnocení)		100%	(4 hodnocení)	100	% (4 hodnocení)	100% (2 hodnocení)		
Nastav	vení aukce										
<u>Editac</u>	e informací			Spokojenost		Chvála		Kritika	Komentář obchodu		
<u>Správa</u>	a provozovny		25.03.2018 12:15:34	\odot							
Správ <u>Měřen</u>	a recenzi <u>í konverzí</u>		Radim Novak	Termín dodání:	:-						
<u>Dopra</u>	<u>va a výdejní místa</u>			Dodání zboží: -	-				Vložit		
<u>Doruč</u>	ení do Vánoc		01 02 2018 16:02:59			Ochota při změně obsahu		Vše fundovalo, nemám co uvést			
Odkaz	y:		Anonym			objednávky.		too rangerale, nemain ee avest.			
<u>Výpis</u>	<u>kampaní</u>			Komunikace: A	no						
<u>Výpis (</u>	feedů			Dodání zboží: /	Ano				Vložit		

Samotné recenze se zobrazují u produktu po kliku na logo e-shopu.



Stejně tak se zobrazují i na detailu vašeho e-shopu.



Petra MIKULÁŠKOVÁ

Reagujte minimálně na negativní recenze.



Jako uživatelka pátrám po tom, zdali e-shop nemá negativních recenzí moc a zdali (ne)jsou bez odezvy ze strany e-shopu.

27. Mám minimálně 1 hodnocení

Ve výpisu nabídek se u e-shopů zobrazuje i hodnocení v podobě hvězdiček. Které má vliv na uživatele, jestli u vás nakoupí. Pro zobrazení hvězdiček je nutno získat minimálně 1 hodnocení.

Grande	Vito-grande.cz ★★★★★ (<u>5)</u>	P od 89 Kč	n 90+ od 73 Kč	Skladem	299 Kč	Do obchodu 🛽
Grandes	Vitogrande.cz Přidat hodnocení	P od 89 Kč	n 90+ od 73 Kč	Skladem	299 Kč	Do obchodu 🛽

28. Stahuji XML Feed co nejčastěji

V záložce Feed máte možnost ovlivnit stahování XML Feedu.

Info	Provozovna	Feed	Položka	<u>Párování</u>	<u>Kampaně</u>						
Výpis	Výpis feedů										
Číslo	Provozovna	Vodozna	iky polože	oortovaných ek	Poslední zpracování	Poslední přepárování položek	Akce	Odkazy			
22182	<u>Shop</u>	Ne	<u>1334</u>		13. 7. 2018, 11:47:31	13. 7. 2018, 13:22:07	Historie zpracování Editace URL feedu Stahovat maximálně 12krát denně ▼	Zobrazit feed »			
Соругі	ght © 1996 - 201	18 Seznam	.cz, a.s.				stahovat co nejcasteji stahovat maximálně 12krát denně stahovat maximálně jednou denně	zuji 1 z 1 výsledků			

V případě **časté změny** skladové dostupnosti, změně prodejní ceny či spouštění nových položek je vhodné stahovat feed co nejčastěji. Tím se data na Zboží.cz aktualizují častěji.

A co teď?

Pokud jste došli až sem, projděte si vše znovu vše v dokumentu rychlým okem. Poznačte si, čemu se nyní budete detailně věnovat – třeba někde bokem na papír nebo si vylepte štítek na monitor.

Když na to nebudete stačit

Pokud budete potřebovat s vaším e-shopem více a osobně pomoci, mohou se vám ode mě hodit tyto placené služby:

1) Srovnávače zboží

Spustím a vyladím inzerci vašeho e-shopu na Heureka.cz a .sk, Zboží.cz, případně dalších srovnávačích.

2) Audit srovnávačů zboží

Připravím vám kompletní podklad s chybami vaší inzerce a skrytými příležitostmi k dalšímu růstu či snižování nákladů.

3) Konzultace

Společně můžeme probrat vaši současnou strategii inzerce i směrování e-shopu – osobně v Brně, po Skypu, Google Hangout nebo po telefonu.

Více o službách najdete zde » www.petramikulaskova.cz/nabidka-sluzeb/

Petra Sedláková Mikulášková

specialistka na srovnávače zboží, audity e-shopů a Google Analytics.

+420 732 902 340 petra@petramikulaskova.cz www.petramikulaskova.cz



Ještě se vám může hodit:

Heureka od A do Z

Nepřicházejte o pozice na Heuréce kvůli zbytečným chybám. Prostřednictvím 33 rad a ukázek z praxe vám mimo jiné ukážu, jak zadat XML feed nebo nastavit údaje tak, abyste se umisťovali co nejvýše.

eBook Heureka od A do Z získáte zde » www.petramikulaskova.cz/heureka

Košík od A do Z

Neopakujte chyby jiných e-shopů a neztrácejte zákazníky těsně před objednáním. Ukážu vám, na co si dát v košíku pozor, pomůžu vám opravit chyby a poradím, jak získat spokojenější zákazníky.

eBook Košík od A do Z získáte zde » www.petramikulaskova.cz/ekosik

90 tipů pro e-shopy 1

Vytvořte e-shop, ve kterém lidé rádi nakupují. Na víc než 200 stranách vám poradím, jak zvýšit konverze, jak sledovat provoz pomocí Google Analytics i jak být pro zákazníky důvěryhodným partnerem.

eBook 90 tipů pro e-shopy 1 získáte zde » www.petramikulaskova.cz/90tipu1

90 tipů pro e-shopy 2

Pokračování eBooku 90 tipů pro e-shopy 1. Dostanete přes 200 stran pokročilých rad, které vás naučí správně pracovat s texty, zlepšit vztahy se zákazníky a zaujmout i ty, kteří nakupují přes mobil.

eBook 90 tipů pro e-shopy 2 získáte zde » www.petramikulaskova.cz/90tipu2











Příloha:

Bidding

Aby se vám spustil bidding na Zbozi.cz, musíte mít v základu dobitý kredit a položky v XML, které se zobrazují v inzerci na Zboží.cz. Bidding se projevuje nejen v produktových kartách (spárované zboží), ale také ve fulltextu Zbozi.cz.

Samotná aukce na detailech produktů (spárované položky) funguje takto:

Má-li produkt 1 až 2 spárované nabídky -> první sekce se nezobrazuje vůbec; bidding tedy není funkční!

Má-li produkt 3 až 4 spárované nabídky -> první sekce obsahuje 1 nabídku; zde se tedy již uplatňuje biddování!

Má-li produkt 5 a víc spárovaných nabídek -> první sekce obsahuje 3 nabídky, čili opět je bidding funkční.

Jenže výše psané je základ. Aby vám bidding vůbec fungoval, musíte brát v potaz v podstatě to samé, co platí i pro Heureku:

Cenovou politiku zboží – z mých zkušeností u klientů plyne, že čím dražší na kartě jste, tím méně prokliků i konverzí často získáváte. Pokud nabízíte zboží, kde je veliký rozptyl v prodejních cenách, a vy patříte mezi ty dražší, bidding vám nepřinese tolik, kolik by se na první pohled mohlo zdát. Z mého pohledu to je vlastně jedno z nejdůležitějších kritérií, které si zanalyzujte před tím, než si nastavíte biddovací strategii (bohužel Zboží.cz nemá nic jako sortiment report Heureky). Poměrně často se mi stává u klientů s vyššími cenami produktů, že MAX_CPC ani nenastavujeme. Ponecháváme výchozí CPC dle ceníku, protože tak získáváme příznivější PNO a vliv na konverze je minimální.

Dostupnost zboží – platí, že kdo má zboží skladem, snáze prodá než ten, kdo zboží skladem nemá. Navíc dostupnost je jedním z bodů, které ovlivňují umístění mezi TOP nabídkami. Jsteli mezi konkurencí těmi, kdo má delší dobu dodání, i přes biddování se může stát, že k vám nepřijde tolik návštěvnosti, kolik očekáváte.

Ceny dopravy – obdobně jako dostupnost se jedná o další prvek, který rozhoduje o umístění mezi TOP nabídkami. A to samé platí i mezi zákazníky – snáze kliknou na nabídku, která má výhodnější cenu dopravy v porovnání s konkurencí.

Benefity ke zboží v podobě dárků a doplňkových služeb – nemáte-li možnost získat prokliky kvůli tomu, že jste drazí, máte drahou dopravu, ještě můžete zkusit přilákat zákazníky formou dárků a benefitů ke zboží.

Hodnocení vašeho obchodu – nabízíte-li zboží v prostředí, kde figurují i silní hráči, bidding vám nepřinese tolik, kolik očekáváte. To stejné platí i v případě, že na produktové kartě jsou e-shopy, které oproti vám vynikají větším počtem recenzí a celkovým lepším hodnocením.

Z tohoto e-booku se k biddingu váží body:

- 6 Mám nastaveny ceny za proklik
- 11 Mám zapnuté měření konverzí
- 16 Prohlížím statistiky

Automatický bidding

Jeho výhoda tkví v tom, že hodně věcí zvládne za vás kontrolovat v rychlejších sekvencích a díky tomu upravovat nabídku CPC. Pomocí pravidel si snadno nastavíte, za jakých podmínek biddovat. Oblíbené je nastavování pravidel tak, že vyloučíte z biddování zboží, kde jste příliš drazí nebo levní.

Osobně jsem měla možnost pracovat se dvěma biddovacími nástroji dlouhodobě – Beed a BiddingFox. Nyní pracuji s BiddingFoxem.

Měření srovnávačů v Google Analytics – oddělujete srovnávače zboží v Google Analytics?

Za pomocí filtrů si můžete šikovně odlišit návštěvnost ze srovnávačů zboží již na úrovni tzv. média.

Návštěvy z vyhledávačů (Seznam, Google), z odkazujících webů a ze srovnávačů zboží se chovají na vašem e-shopu rozdílně. Bohužel Google Analytics mezi návštěvami z odkazujících webů a ze srovnávačů zboží nedělají rozdíl. Najdete je tak všechny pod médiem s názvem *referall*.

+	PŘIZPŮSOBENÍ		Akvizice			Chování			Konverze Elek	tronický obchod 🔻	
Přeh	ledy	Zdroj / médium 🕐	Náužtěvy	% nourich	Noví uživatelé	Míra	Počet stránek	Prům. doba	Konverzní	Transakoa	
(V REÁLNÉM ČASE		⊙ ↓	návštěv 📀	?	okamžitého opuštění ?	na 1 návštěvu ?	trvání návštěvy ?	elektronického obchodu ?	?	
*	PUBLIKUM		578	74,74 %	432	60,55 %	3,28	00:01:46	0,52 %	3	
۶	AKVIZICE		Podil z celku v %: 100,00 % (578)	Prům. pro výběr dat: 74,74 % (0,00 %)	Podil z celku v %: 100,00 % (432)	Prùm. pro výběr dat: 60,55 % (0,00 %)	Prům. pro výběr dat: 3,28 (0,00 %)	Prům. pro výběr dat: 00:01:46 (0,00 %)	Prům. pro výběr dat: 0,52 % (0,00 %)	Podil z celku v %: 100,00 % (3)	
	Přehled	1. google / organic	172 (29,76 %)	70,93 %	122 (28,24 %)	57,56 %	3,68	00:02:21	0,58 %	1 (33,33 %)	
٣	Veškerá návštěvnost Kanály	2. seznam / organic	122 (21,11 %)	79,51 %	97 (22,45%)	64,75 %	2,42	00:01:01	0,82 %	1 (33,33 %)	
	Stromové mapy	3. zbozi.cz / referral	84 (14,53 %)	79,76 %	67 (15,51 %)	64,29 %	3,51	00:01:59	0,00 %	0 (0,00 %)	
	Zdroj / médium	4. seznam / cpc	52 (9,00 %)	76,92 %	40 (9,26 %)	71,15 %	2,31	00:01:08	1,92 %	1 (33,33 %)	
	Odkazy	5. (direct) / (none)	3f (6,23 %)	72,22 %	26 (6,02 %)	52,78 %	2,67	00:02:15	0,00 %	0 (0,00 %)	
Þ	AdWords	6. firmy.cz / ppd	28 (4,84 %)	85,71 %	24 (5,56 %)	42,86 %	4,25	00:00:44	0,00 %	0 (0,00 %)	
►	Search Console.	7. heureka.cz / referral	20 (3,46 %)	75,00 %	15 (3,47 %)	80,00 %	1,35	00:00:10	0,00 %	0 (0,00 %)	
•	Sociální sítě	8. srovnanicen.cz / referral	13 (2,25%)	76,92 %	10 (2,31 %)	69,23 %	2,00	00:00:39	0,00 %	0 (0,00 %)	

Vyhodnocování je tak kvůli tomu složitější. Nicméně za pomocí filtrů tomu lze pomoci. Jednoduše tuto návštěvnost oddělíte. Návštěvnost z odkazujících webů ponecháte beze změny a návštěvnost ze srovnávačů zboží označíte jiným slovem v médiu, nejčastěji se používá *"product"*.

				Akvizice			Chování			Konverze Elekt	tronický obchod 🔻
↑	DOMOVSKÁ STRÁNKA PŘIZPŮSOBENÍ		Zdroj / médium 🕐	Návštěvy 🤊 🤟	% nových návštěv ?	Noví uživatelé	Míra okamžitého opuštění ?	Počet stránek na 1 návštěvu	Prům. doba trvání návštěvy ?	Konverzní poměr elektronického obchodu ?	Transakce ?
Přeh	ledy										
C	V REÁLNÉM ČASE			3 231 Podíl z celku v %: 100,00 % (3 231)	61,00 % Prům. pro výběr dat: 60,97 %	1 971 Podil z celku v %: 100,05 % (1 970)	50,11 % Prům. pro výběr dat: 50,11 %	5,28 Prům. pro výběr dat: 5,28	00:04:24 Prům. pro výběr dat: 00:04:24 (0,00 %)	4,70 % Prům. pro výběr dat: 4,70 %	152 Podíl z celku v %: 100,00 % (152)
	PUBLIKUM				(0,05 %)		(0,00 %)	(0,00 %)		(0,00 %)	
			1. google / cpc	1 088 (33,67 %)	60,75 %	661 (33,54 %)	55,33 %	4,71	00:03:55	4,14 %	45 (29,61 %)
×	AKVIZICE		2. google / organic	454 (14,05 %)	68,06 %	309 (15,68 %)	51,32 %	4,45	00:04:00	2,64 %	12 (7,89 %)
	Přehled		3. heureka.cz / product	340 (10,52 %)	62,06 %	211 (10,71 %)	36,18 %	5,68	00:05:06	7,94 %	27 (17,76 %)
•	Veškerá návštěvnost		4. (direct) / (none)	334 (10,34 %)	65,27 %	218 (11,06 %)	52,69 %	6,11	00:05:27	5,09 %	17 (11,18%)
	Kanály		5. seznam / cpc	296 (9,16%)	63,85 %	189 (9,59 %)	51,69 %	5,62	00:03:33	3,04 %	9 (5,92%)
	Stromové mapy		6 ocompil / ompil	212 (6 50 %)	20.05 %	64 (225.9)	20.01 %	7 7 2	00:06:25	6 57 %	14 (0.21.9)
	Zdroj / médium	-	0. ecomair/emain	213 (0,39%)	30,03 %	04 (3,23 %)	35,51 %	1,12	00.00.23	0,07 %	14 (5,21.0)
	Odkazy		7. seznam / organic	145 (4,49%)	78,62 %	114 (5,78%)	62,07 %	4,31	00:03:23	1,38 %	2 (1,32%)
F	AdWords		8. zbozi.cz / product	115 (3,56 %)	66,09 %	76 (3,86%)	40,87 %	4,82	00:03:35	11,30 %	13 (8,55%)
•	Search Console.		9. m.facebook.com / referral	47 (1,45 %)	80,85 %	38 (1,93%)	44,68 %	5,19	00:05:06	0,00 %	0 (0,00%)
►	Sociální sítě		10. facebook.com / referral	38 (1,18%)	47,37 %	18 (0,91%)	50,00 %	3,32	00:02:36	0,00 %	0 (0,00%)

Jak na to?

Jedno důležité upozornění na úvod! Nejste-li si jistí, jak to bude fungovat, dělejte nastavení prvně na testovacím výběru dat – aplikací filtrů totiž nenávratně přepíšete veškerá nově měřená data. A pokud máte pochybnosti sami o tom, jestli to zvládnete, svěřte nastavení do rukou člověku, který s tím má zkušenosti.

V Google Analytics kliknete na záložku Správce (1), vybereme daný výběr dat (2) a kliknete na záložku Filtry (3).



Na následující stránce kliknete na + Přidat filtr.

VÝBÉR DAT	+ PŘIDAT FILTR	Přiřadit pořadí filtrů	Q, Vyhledávání	
Shop.cz - hlavni profil 🔹	Pořadí ↓	Název filtru	Typ filtru	
Nastavení výběru dat	1	01/1: Vyloučit IP - Mikulášková domov - Adamov	Vyloučit	oc
😃 Správa uživatelů	2	01/2: Vyloučit IP - Mikulášková kancelář - Melvil	Vyloučit	oc
Cile	3	01/3: Vyloučit IP - klient domov/prodejna	Vyloučit	oc
🖍 Seskupení obsahu	4	01/4: Vyloučit IP - klient administrace	Vyloučit	od
T Filtry	5	02/1: Brandové výrazy do média (none)	Pokročilé	oc
📫 Nastavení kanálu	6	03/1: Srovnávače - médium product - CZ Domény	Pokročilé	oc
Nastavení elektronického obchodu	7	03/2: Srovnávače - médium product - SK,COM,EU Domény	Pokročilé	oc

Ten pojmenujte například (1).

Srovnávače – Médium product – CZ Domény

Typ filtru vyberte *Vlastní* (2) a zatrhněte volbu *Pokročilé* (3). Do *Pole A -> Výpis A* zvolte *Zdroj kampaně* (4) a vložte tento regulární výraz:

^((.*\.)?heureka|artikul|biano|direto|cochces|favi|glami|hledejceny|
hyperzbozi|monitor|nejlepsiceny|nejnakup|pricemania|
seznamzbozi|sleviste|shopalike|shop\mania|sledujcenu|srovname|srovnanicen|zalevno|zbozi)\.cz\$



Regulární výraz zadejte bez mezer a tak, abyste ho měli celý na jednom řádku! Nejlépe tedy označte a zkopírujte daný regulární výraz např. do poznámkového bloku a před hyperzbozi, seznamzbozi a srovnaniceny odmažte mezeru.

V poli Výstup do -> konstruktoru vyberte Médium kampaně a napište product (1).

Pole B -> Výpis B	
Vyberte pole	
Výstup do -> konstruktory	
Médium kampaně 👻 product	
✓ Pole A je povinné.	
Por é je povinné.	
✓ Přepsat pole výstupu	
Rozlišovat malá a velká písmena	
⑦ Nápověda k filtru: Pokročilé	
Ověření filtru 🕐 ———————————————————————————————————	
Služba Analytics nem 3 tento filtr zobrazit náhled. Náhledy pro rozšířené filtry a filtry využívající i (např. IP adresa nebo 3 nejsou v současné době podporovány.	nformace o poloze
Uložit Zrušit	

Zaškrtněte daná pole dle obrázku výše (2) a dejte Uložit (3).

Stejný způsob použijte i pro další srovnávače na dalších doménách.

Srovnávače - Médium product - SK, COM, EU Domény

^((.*\.)?heureka|biano|direto|glami|kauf|najlepsie\ceny | najnakup | pricemania | shopalike | shop \-mania | zoznamtovaru) \.sk | icena \.eu \$

> Petra MIKULÁŠKOVÁ

Ná	zev	fil	tru

yp filtru		
Předdefinované	Vlastní	
Vyloučit		
Zahrnout		
Malá písme	ena	
Velká písm	ena	
 Vyhledat a Doluožili 	nahradit	
Pokrocile Pole A -	> Výpis A	
	.,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	
74-11-	*	
Zdroj ka	ampaně 👻	^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdio
Zdroj ka Pole B - Vyberte	× Výpis B	^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdio
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup (mpaně ↓ > Výpis B pole. ↓ do -> konstru	^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdio
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup o Médium	mpaně ↓ > Výpis B pole. ↓ do -> konstru	^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdid
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup o Médium	ampaně ↓ > Výpis B : pole. ↓ do -> konstru	<pre>^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdid ktoru product</pre>
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup o Médium	A je povinné	<pre>^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdid ktoru product .</pre>
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup o Médium	A je povinné.	<pre>^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdid ktoru product .</pre>
Zdroj ka Pole B - Vyberte Výstup o Médium	A je povinné.	<pre>^((.*\.)?heureka biano direto glami kauf najdid ktoru product .</pre>

Pozn.: Do pole lze vložit pouze 255 znaků. Proto mám srovnávače takto rozděleny pro lepší orientaci.

Pozor!

Od nastavení filtru se vám již budou data třídit. Jak je zvykem, tak nastavení filtrů má vliv až na následující data. Zpětně se vám data neupraví. Filtr je vhodné aplikovat na výběr dat, který používáte k analýze dat. Platí, že minimálně jeden výběr dat v Google Analytics by měl být ponechán bez zásahů do nastavení, která data jakkoliv přepisují. Po nastavení si můžete rozkliknout report *Akvizice > Veškerá návštěvnost > Zdroj / médium,* a v něm najdete jak návštěvnost z odkazujících stránek *referall,* tak nově ze zbožových srovnávačů pod médiem *product*.

			Akvizice			Chování			Konverze Elekt	onický obchod 🔻
A	DOMOVSKÁ STRÁNKA	Zdroj / médium				Mira	Počet	Prům doba	Konverzní	
	PŘIZPŮSOBENÍ		Návštěvy 🕐 🤟	% nových návštěv 🕜	Novi uživatelė ?	okamžitého opuštění ?	na 1 návštěvu ?	trvání návštěvy ?	poměr elektronického obchodu ?	Transakce ?
Přeh	ledy		2 221	61.00 %	1 071	50 11 %	E 20	00.04.24	470%	150
ß	V REÁLNÉM ČASE		Podíl z celku v %: 100,00 % (3 231)	Prům. pro výběr dat: 60,97 %	Podíl z celku v %: 100,05 % (1 970)	90,1170 Prům. pro výběr dat: 50,11%	O,∠O Prům. pro výběr dat: 5,28	Prům. pro výběr dat: 00:04:24 (0,00 %)	4,70 %	Podíl z celku v %: 100,00 % (152)
2	PUBLIKUM	/		(0,05 %)		(0,00 %)	(0,00 %)		(0,00 %)	
		1. google / cpc	1 088 (33,67 %)	60,75 %	661 (33,54 %)	55,33 %	4,71	00:03:55	4,14 %	45 (29,61 %)
~	AKVIZICE	2. google / organic	454 (14,05 %)	68,06 %	309 (15,68 %)	51,32 %	4,45	00:04:00	2,64 %	12 (7,89%)
	Přehled	3. heureka.cz / product	340 (10,52 %)	62,06 %	211 (10,71 %)	36,18 %	5,68	00:05:06	7,94 %	27 (17,76 %)
•	Veškerá návštěvnost	4. (direct) / (none)	334 (10,34 %)	65,27 %	218 (11,06 %)	52,69 %	6,11	00:05:27	5,09 %	17 (11,18 %)
	Kanály	5. seznam / cpc	296 (9,16%)	63,85 %	189 (9,59%)	51,69 %	5,62	00:03:33	3,04 %	9 (5,92%)
	Stromove mapy	6. ecomail / email	213 (6,59%)	30,05 %	64 (3,25%)	39,91 %	7,72	00:06:25	6,57 %	14 (9,21 %)
	Odkazy	7. seznam / organic	145 (4,49%)	78,62 %	114 (5,78%)	62,07 %	4,31	00:03:23	1,38 %	2 (1,32%)
Þ	AdWords	8. zbozi.cz / product	115 (3,56%)	66,09 %	76 (3,86%)	40,87 %	4,82	00:03:35	11,30 %	13 (8,55%)
•	Search Console.	9. m.facebook.com / referral	47 (1,45%)	80,85 %	38 (1,93%)	44,68 %	5,19	00:05:06	0,00 %	0 (0,00 %)
×	Sociální sítě	10. facebook.com / referral	38 (1,18%)	47,37 %	18 (0,91%)	50,00 %	3,32	00:02:36	0,00 %	0 (0,00 %)