

Jak se pracuje s multiplikátorem

Sklik dosud umožňoval řídit, na kterých typech zařízení se budou vaše kampaně zobrazovat, pomocí nastavení na úrovni kampaně. Dnes začínáme přecházet na systém cenových multiplikátorů, který jste po nás opakovaně poptávali. Můžete si tak nastavit cenovou úpravu pro každý typ zařízení i v rámci jedné kampaně a později i v rámci sestavy. Jaké budou nové možnosti a jak bude probíhat migrace?

Podíl mobilních vyhledávání i návštěvnosti obsahové sítě prudce roste a nová funkce cenových multiplikátorů vám umožní efektivně pracovat se zobrazováním vašich kampaní napříč zařízeními.

Pro každý ze čtyř typů zařízení – **desktop, mobil, tablet i multimedialní zařízení** – je možné nastavit procentuální úpravu cenové nabídky. Nabídku můžete zvýšit až o 900 % nebo snížit až o 90 %. Snížením o 100 % se reklama z kampaně na zvolené zařízení nebude vydávat. Výchozí hodnota je 0 % a znamená, že se přesně respektuje nastavená max. CPC nebo max. CPT.

Příklad: Hodnota 300 % znamená zvýšení nabídky o 300 %, tedy $100\% + 300\% = 400\%$. Místo 3 Kč vstoupíte do aukce s až 12 Kč za klik.

Desktop	Mobil	Tablet	Multimedialní zařízení
Úprava nabídky	Úprava nabídky	Úprava nabídky	Úprava nabídky
Zvýšit o 20 %	Zvýšit o 0 %	Zvýšit o 0 %	Zvýšit o 0 %

Jedná se o systém, díky kterému zachováme **možnost snadného importu** z Google Ads a z nebo do AdWords Editoru. Nové nastavení je s nimi plně kompatibilní.

Nastavený multiplikátor funguje pro vyhledávací i obsahovou síť.

V případě, že nastavíte v kampani jakoukoliv procentuální úpravu, kampaň se na všech zařízeních bude vydávat podle multiplikátoru a přestane se vydávat dle dosavadních checkboxů.

Dle vyhodnocení výkonu jednotlivých zařízení můžete procentuálně zvyšovat nebo snižovat bidy k získání lepšího výkonu při zachování efektivity.

Jak můžete multiplikátor využít

- Pokud ze statistik vidíte, že je výkon mobilních zařízení nižší o 20 %, jednoduše v multiplikátoru nastavíte – 20 %. Díky tomu bude kampaň (nebo sestava) vstupovat do aukce s takto sníženou nabídkou a výkon zařízení by se tak měl vyrovnat.
- V případě, že si přejete pro jednotlivé typy zařízení mít kampaně oddělené, např. z důvodu použití jiných klíčových slov nebo cílení, zařízení vypněte

nabídkou – 100 % a v kopii této kampaně vypnete stejným způsobem jiný typ zařízení.

Migrace nastavení 6. března a úprava nabídek na úrovni sestavy

6. března 2019 proběhne druhá fáze nasazení multiplikátoru cenových nabídek.


1) Od tohoto dne získáte možnost upravovat **cenové nabídky i na úrovni sestavy**. Pokud budete potřebovat cenové nabídky upravit, můžete tak učinit v nové záložce *Zařízení*, které najdete za jednotlivými cíleními. Zároveň zde vidíte výkon jednotlivých zařízení.

Cenová úprava na úrovni sestavy má přednost před cenovou úpravou na úrovni kampaně. S výjimkou úplného vypnutí na úrovni kampaně.

2) Kampaním, kterým do 6. března 2019 nenastavíte jakoukoliv úpravu cenové nabídky pro alespoň jedno zařízení, ani během této doby nezaškrtnete checkbox *Zachovat nastavení*, bude **6. března u všech zařízení nastaveno 0 %**. **Kampaně se tak budou vydávat přesně dle nastavené max. CPC.**

Cílení na zařízení

- Desktop
- Tablet
- Mobil
- Multimediální zařízení

- Zachovat nastavení 

V případě, že máte kampaně rozdělené dle jednotlivých typů zařízení a chcete toto rozdělení ponechat (např. kvůli odlišným textům reklam), je třeba abyste v těchto kampaních v přechodném období zaškrtnuli *Zachovat nastavení*. V takovém případě se vypnutým typům zařízení při migraci 6. března 2019 nastaví v multiplikátoru -100 % a reklama z této kampaně se na daném zařízení nebude ani nadále vydávat.

Pokud například máte v kampani vypnutý mobil z důvodu jeho nižšího výkonu a nemáte k této kampani vytvořenou totožnou kampaň s cílením na mobil, můžete již dnes v multiplikátoru nastavit např. – 30 %, čímž se začne reklama na mobilních telefonech vydávat s takto poníženou nabídkou.

Cílení na zařízení ⓘ

Desktop	Mobil
Úprava nabídky	Úprava nabídky
Zvýšit o ▾ 20 %	Zvýšit o ▾ 0 %

Pro hromadné zachování nastavení ve více kampaních je možné využít kopírování nastavení kampaně stejně jako u jiných nastavení.

Zároveň tohoto dne přestane být ve všech účtech dostupné dosavadní nastavení dle checkboxů s jednotlivými zařízeními.

Více o ovládní multiplikátoru cenových nabídek najdete v [nápoověďě](#).

Za celý tým Skliku David Velechovský a Zdeněk Líbal