PŘÍPADOVÁ STUDIE · VYSOCE RENTABILNÍ LEAD GENERATION

Milník 100 poptávek za měsíc s CPA 326 Kč

Jak kombinace Performance Max, DSA a Brandové kampaně dosáhla konverzního poměru 3,97 %

Období: 1.–31. 8. 2026
Klient: ADVIS Marketing
Platforma: Google Ads

ZÍSKANÉ POPTÁVKY	PRŮMĚRNÁ CPA	CELKOVÁ INVESTICE	KONVERZNÍ POMĚR (CR)
100 leadů	326,28 Kč	32 651 Kč	3,97 %
100,07 konverzí (hovory + formuláře)	Špičková nákladovost leadu	Rozpočet 1 100 Kč/den	2 521 kliknutí / 69k zobrazení

1. VÝCHOZÍ SITUACE A CÍL

Cílem bylo vytvořit diverzifikovanou akviziční strategii kombinující přímé telefonické kontakty i odeslané formuláře. Klíčové bylo dosáhnout **milníku 100 poptávek** při přísné kontrole nákladů a udržení CPA pod 400 Kč.

2. TROJPILÍŘOVÁ STRUKTURA KAMPANÍ

Pro maximální pokrytí trhu byl nasazen hybridní model:

- **PMAX {mxH} S-ok (300 Kč/den):** Vysoce optimalizovaný akviziční pilíř. Přinesl 71 konverzí s neuvěřitelnou CPA pouhých **260,13 Kč**.
- **DSA {mx} (700 Kč/den):** Dynamické reklamy ve vyhledávání zacílené na specifické dlouhé vyhledávací dotazy. CTR dosáhlo výjimečných **11,24 %**.
- **BRAND 30000 - script (100 Kč/den):** Stoprocentní ochrana značky s 9 leady při zanedbatelné CPA **69,80 Kč**.

3. KLÍČOVÉ VÝSLEDKY ZA SRPEN 2026

Účet dosáhl přesně **100,07 konverzí** při celkové investici **32 650,67 Kč**. Průměrná cena za poptávku dosáhla **326,28 Kč** při konverzním poměru webu **3,97 %**.

Kampaň	Rozpočet/ den	Kliknutí	CTR	Cena	Konv.	CPA
PMAX {mxH} S-ok	300 Kč	2 356	3,43 %	18 489 Kč	71,08	260,13 Kč
DSA {mx}	700 Kč	128	11,24 %	12 694 Kč	20,00	634,72 Kč
BRAND 30000	100 Kč	31	29,81 %	628 Kč	8,99	69,80 Kč
CELKEM ÚČET	1 100 Kč	2 521	3,61 %	32 651 Kč	100,07	326,28 Kč

✓ **Výjimečný výsledek účtu**
Kombinace nízké průměrné CPA (**326,28 Kč**) a vysokého konverzního poměru (**3,97 %**) zajistila doručení 100 leadů za pouhých 32,6 tisíc Kč.



Obr. 1: Hravá infografika klíčových výsledků (100 leadů)

Detailní rozpad 100 konverzí:

Telefonát se zájemcem: 68 konverzí (68 %)
Přímé hovory z webu i reklam – nejhodnotnější horké leady.

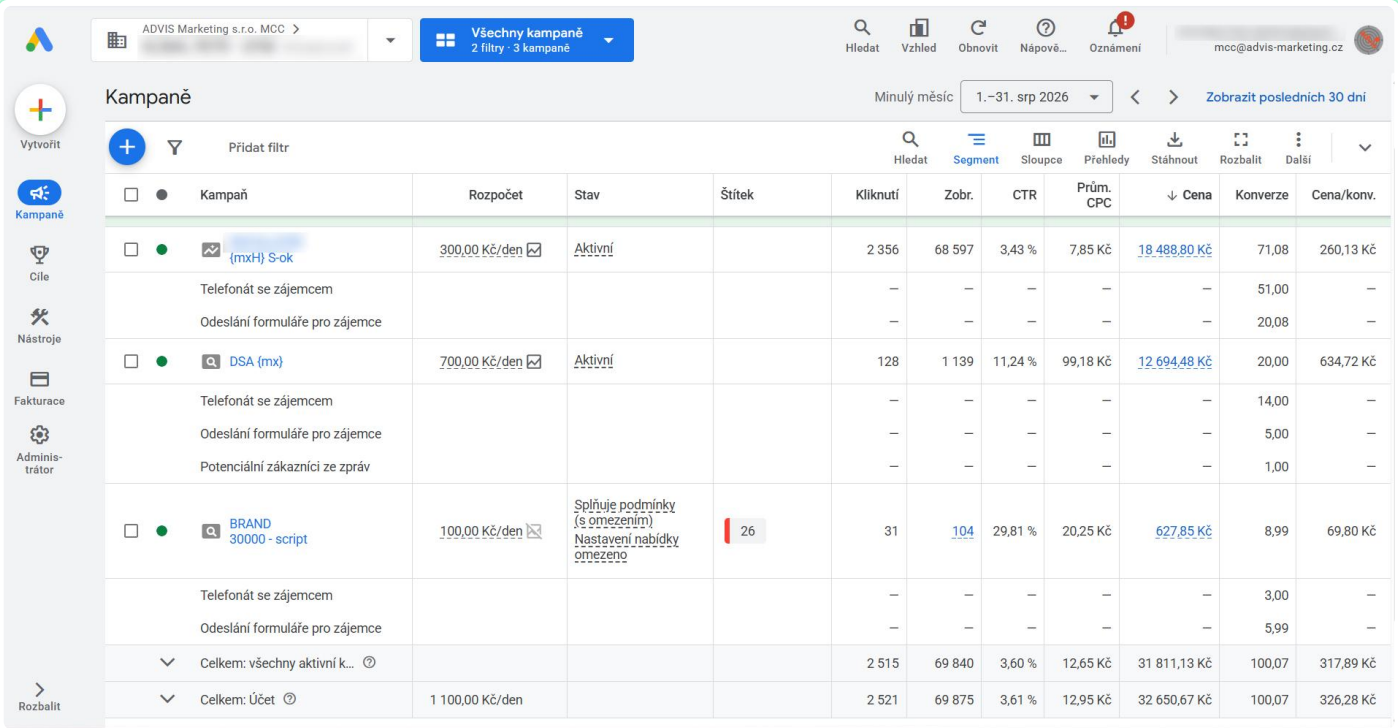
Odeslání formuláře: 31 leadů (31 %)
Kompletně vyplněné poptávky pro obchodní tým.

Zprávy zájemců: 1 konverze (1 %)
Rychlé dotazy přes zprávy a chat.

DŮKAZNÍ DATA Z GOOGLE ADS & AKČNÍ PLÁN

4. REÁLNÁ DATA PŘÍMO Z ROZHRANÍ GOOGLE ADS

Níže uvedený snímek přímo z rozhraní Google Ads (klientské MCC centrum) dokládá autenticitu všech reportovaných konverzí a finančních ukazatelů za srpen 2026.



Kampaň	Rozpočet	Stav	Štítek	Kliknutí	Zobr.	CTR	Prům. CPC	Cena	Konverze	Cena/konv.
{mxH} S-ok	300,00 Kč/den	Aktivní		2 356	68 597	3,43 %	7,85 Kč	18 488,80 Kč	71,08	260,13 Kč
Telefonát se zájemcem				–	–	–	–	–	51,00	–
Odeslání formuláře pro zájemce				–	–	–	–	–	20,08	–
DSA {mx}	700,00 Kč/den	Aktivní		128	1 139	11,24 %	99,18 Kč	12 694,48 Kč	20,00	634,72 Kč
Telefonát se zájemcem				–	–	–	–	–	14,00	–
Odeslání formuláře pro zájemce				–	–	–	–	–	5,00	–
Potenciální zákazníci ze zpráv				–	–	–	–	–	1,00	–
BRAND 30000 - script	100,00 Kč/den	Splňuje podmínky (s omezením) Nastavení nabídky omezeno	26	31	104	29,81 %	20,25 Kč	627,85 Kč	8,99	69,80 Kč
Telefonát se zájemcem				–	–	–	–	–	3,00	–
Odeslání formuláře pro zájemce				–	–	–	–	–	5,99	–
Celkem: všechny aktivní k...				2 515	69 840	3,60 %	12,65 Kč	31 811,13 Kč	100,07	317,89 Kč
Celkem: Účet	1 100,00 Kč/den			2 521	69 875	3,61 %	12,95 Kč	32 650,67 Kč	100,07	326,28 Kč

Obr. 2: Screenshot z rozhraní Google Ads (období: 1.–31. srpna 2026, přesně 100,07 konverzí)

5. ZJIŠTĚNÍ Z AUDITU KAMPANÍ

A Dominance přímých telefonátů

68 ze 100 leadů tvořily přímé hovory. To znamená okamžitý kontakt se zákazníkem s nejvyšším konverzním poměrem na uzavřený obchod.

B Extrémní efektivita PMAX (CPA 260 Kč)

PMAX doručila 71 leadů při denním limitu pouhých 300 Kč. Jde o nejziskovější pilíř celého účtu.

C Vysoké CTR u DSA (11,24 %)

Dynamické reklamy skvěle zachytávají specifické dotazy, vykazují však vyšší CPA (634 Kč). Je zde prostor pro zpřesnění vylučujících stránek.

6. AKČNÍ PLÁN PRO DALŠÍ RŮST

1. Přealokace budgetu ve prospěch PMAX

Převedením části rozpočtu z dražší DSA kampaně (CPA 634 Kč) do PMAX (CPA 260 Kč) lze při stejném celkovém budgetu získat dalších **15–20 poptávek navíc**.

2. Optimalizace cílení DSA kampaně

Vyloučení nekonvertujících URL adres a zavedení tCPA nabídky pro snížení průměrné CPC pod 60 Kč a stlačení ceny za poptávku pod 450 Kč.

3. Škálování na 150 leadů měsíčně

Při navýšení celkového denního limitu na 1 500 Kč/den má účet potenciál doručit přes 140–150 ověřených poptávek měsíčně při průměrné CPA kolem 300 Kč.

ZÁVĚREČNÉ SHRNUTÍ PŘÍPADOVÉ STUDIE:

Účet úspěšně pokořil hranici **100 získaných leadů za měsíc** při mimořádně příznivé průměrné ceně **326,28 Kč za poptávku**. Díky vysokému podílu telefonátů (68 hovorů) kampaň generuje vysoce kvalitní, bezprostřední obchodní příležitosti s vynikající návratností.