

Checklist: Kdy AI v PPC používat?



KDY AI POUŽÍVAT

Podle typu firmy:

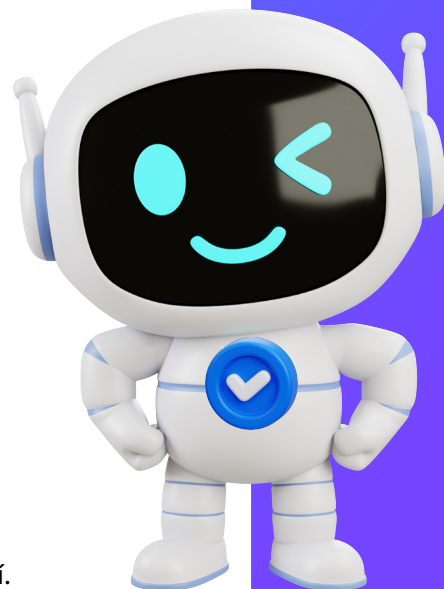
- ☐ Velké e-shopy se stovkami/tisíci produktů.
- ☐ Velké B2C firmy s vysokými rozpočty a dostatkem dat.

Podle typu činnosti:

- ☐ Inspirace pro copywriting – návrh tónu, variant textů, USPs apod.
- ☐ Product management – vysvětlení složitých produktů a jejich konkurenční analýza.
- ☐ Testování variant – generování více verzí nadpisů a textů.

Podle typu kampaně:

- ☐ Performance Max kampaně, kde je automatizace založena na širokém cílení.
- ☐ Remarketing – už kde máte dostatek dat o chování uživatelů.



KDY AI NEPOUŽÍVAT (nebo používat opatrně)

Podle typu kampaně:

- ☐ Vyhledávací síť (Google, Seznam), kde klíčové slovo už samo kvalifikuje → automatika není potřeba.
- ☐ Malé kampaně s nedostatkem dat, u kterých AI nemá z čeho se učit.
- ☐ B2B kampaně s dlouhým prodejním cyklem a málo konverzemi.

Podle typu firmy:

- ☐ Malé a střední firmy s omezeným rozpočtem → riziko zbytečného utrácení.
- ☐ Firmy bez dostatku konverzních dat → automatizace nebude efektivní.

Podle typu obsahu:

- ☐ Finální texty reklam – AI má nižší konverzní poměr než texty od specialisty.
- ☐ Grafika a bannery – AI grafika je zatím snadno rozpoznatelná a má nižší CTR.
- ☐ Komplexní strategie – vyžaduje lidské know-how a pochopení byznysu jako celku.

