

Pokud chcete zjistit více o kampaních v Nákupech Google a získat tipy na plánování na Vánoce pro Vyhledávání a Nákupy Google, přečtěte si doporučené postupy na této adrese [g.co/GoogleBP](https://g.co/GoogleBP).

### Připravte si rozpočet, abyste obstáli během hlavního vánočního náporu a vyrovnali se s riziky.

- 1. Připravte si větší rozpočet na dny, kdy se historický podíl zobrazení sníží, ale objem prodejních dotazů nebo podíl zobrazení konkurence se zvýší.  
**Proč:** *Spotřebitelé jsou méně věrní značkám než dříve. Když tedy hledají váš produkt, musí ho nalézt snadno.*
- 2. Vytvořte si denní rozpočet a cíle a nastavte si upozornění, abyste měli jistotu, že nejste o krok pozadu, ani zbytečně napřed.  
**Proč:** *Vyhledávací dotazy během Vánoc jsou občas nevyzpytatelné, tak se raději připravte na vše.*

### Zrychlete dokončení nákupu na mobilních zařízeních.

- 3. Zajistěte, aby se váš mobilní web načel do dvou sekund.  
**Proč:** *Nakupující věří, že rychlejší webové stránky jsou spolehlivější, a pokud budou muset na vaše stránky čekat, opustí je.*
- 4. Zjednodušte konverze na stránkách produktu: vyhněte se vsunuté reklamě, používejte jednoduché rozbalovací nabídky a umístěte cenu produktu a tlačítko „Přidat do košíku“ nad okraj.  
**Proč:** *Získejte zákazníka dříve, než vyprší okamžik, kdy chce nakupovat.*
- 5. Přidejte značky pro automatické vyplňování Chrome a zkráťte dobu potřebnou pro dokončení nákupu o 30 %.  
**Proč:** *Vyplňování formulářů na mobilním zařízení není příjemné, tak nakupujícím pomozte tento krok přeskočit.*

### Povolte nabídky v reálném čase s vylepšenými CPC.

- 6. Pomocí vylepšených CPC optimalizujte uživatelský kontext a dynamiku aukcí nad rámec maximální nabídky CPC.  
**Proč:** *Udržíte si manuální kontrolu nad maximálními nabídkami CPC a můžete získat až o 7 % více konverzí nebo prodejů za stejnou cenu.*

### Konvertujte kvalifikovanější zákazníky pomocí remarketingových seznamů pro nákupy

- 7. Využívejte signály ze svých webových stránek a stanovujte nabídky na základě publika.  
**Proč:** *Pomocí modifikátorů nabídek na základě publika znovu zapojte nakupující, kteří navštívili vaše webové stránky nebo opustili proces dokončení nákupu.*

### Dejte nakupujícím vědět, že v jejich okolí nabízíte to, co chtějí.

- 8. Pokud již máte místní zdroj, přihlaste se v nastavení kampaní v Nákupech Google do reklam využívajících místní inventář.  
**Proč:** *Reklamy využívající místní inventář mají stejný konverzní poměr jako reklamy na mobilních zařízeních s přidanou hodnotou nasměrování zákazníků do vašich kamenných obchodů*