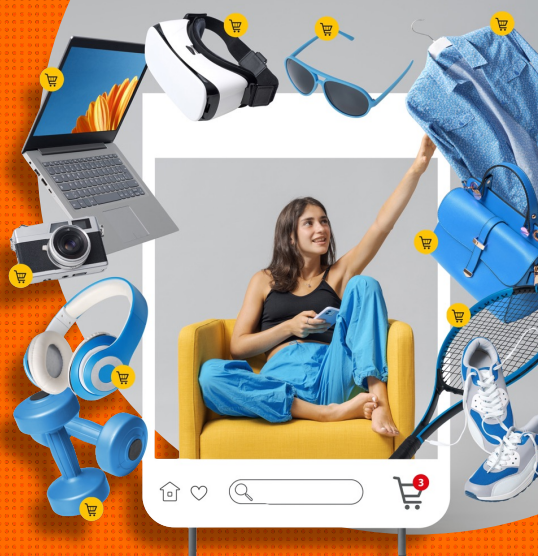




Praktické ukázky využití AI v marketingu

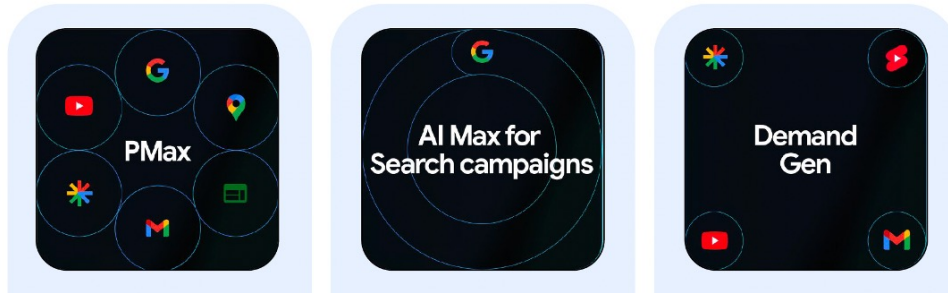


Tomáš Jukl, Business Development Manager
LCG New Media, s.r.o.

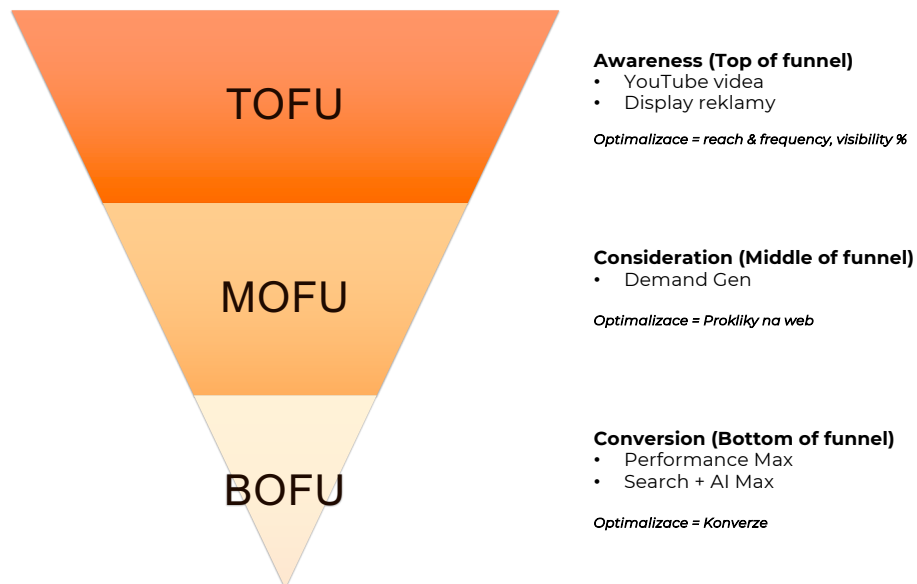
www.lcgnewmedia.cz

AI V KAMPANÍCH

Nová éra AI kampaní



Konverzní funnel



AI Max – co to je?

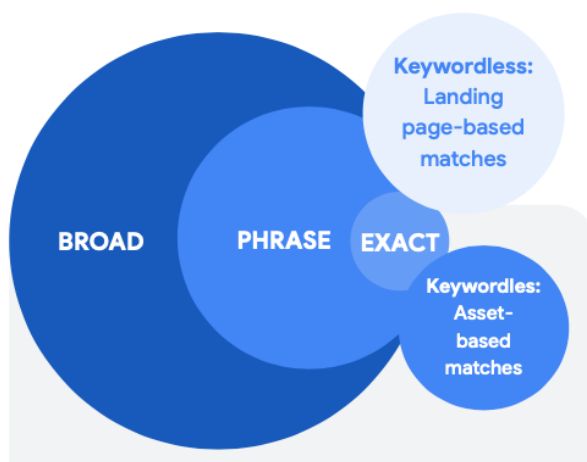
AI MAX otevírá plný potenciál pro vyhledávací kampaně – jsou tak multimodální a dokáží tak pochopit a oslovit správné zákazníky.

Dokáží lépe odpovědět na dotazy zákazníků v jejich rozhodovacím procesu – **uzpůsobené pro AI overviews** a Google Lens.



AI Max – jak to funguje?

Vyhledává potencionální zákazníky na bázi historického chování **bez nutnosti přítomnosti klíčových slov.**

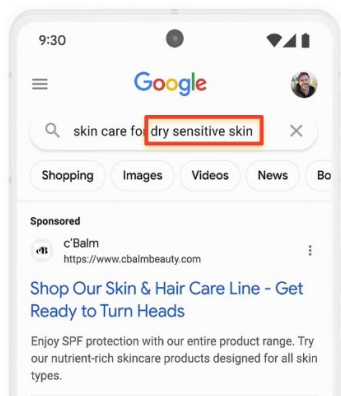


Optimalizace získávání prokliků z tematicky spojených výrazů.

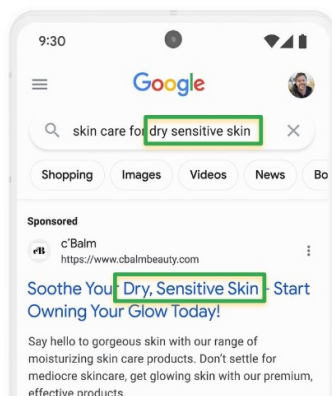


AI Max – jak to funguje?

Aktuální negativní zkušenost zákazníků



Očekávání zákazníků



61 %

zákazníků chce aby značky reflektovaly jejich přesné potřeby v komunikaci



AI Max – proč?

Výhody



Maximalizace zásahu a zvýšení výkonu: Rozšířením klíčových slov můžete najít nevyužitá dotazy s vysokým výkonem. Pomůže vám použití volné shody, cílení na podklady a technologie bez klíčových slov.



Relevantnější kreativy: Pomocí umělé inteligence můžete optimalizovat obsah kreativ na základě jedinečných zájmů zákazníků a začlenit reklamy do výsledků tak, aby nebyly rušivé.



Kontrola a transparentnost, jakou potřebujete: Získáte přístup k novým užitečným informacím, které vám ukáží, jak AI Max zlepšuje váš výkon.



AI Max – aktuální realita v ČR?

Největší potenciál u generování textací a automatického výběru URLs z webu.

V ČR zatím **omezené možnosti použití** - nefunguje dobře s češtinou proto využíváme jen optimalizaci klíčových slov. A testujeme.



AI Max case study | naše kampaně (technologický sektor)



+ 2,67 %

Konverzní poměr u AI kampaně

o 5 více konverzí & o 2 100 Kč vyšší

hodnotu konverzí při prakticky stejných nákladech přinesla AI varianta



AI Max case study | naše kampaně (volnočasový sektor)



+ 12 %
více kliknutí
u AI Max
kampaně

- 32 %
snížení průměrné
ceny za proklik
(pokles o 1,67 Kč)

+ 29 %
zvýšení míry
konverze u AI Max

Demand Gen

Demam Gen - nastavení

Můžeme si vybrat, kde chceme cílit potenciální zákazníky.



Choose which ad channels your ad group is eligible to serve on

- All Google channels ⓘ
 Your ad will show across all eligible Google channels, driving campaign performance
- Let me choose
 Your ad will be limited to show only on the eligible channels of your choice

YouTube
Ads shown on YouTube surfaces

YouTube in-stream
Ads shown before, during, or after YouTube videos

YouTube in-feed
Ads displayed within YouTube's watch next, home, and search feeds

YouTube Shorts
Ads on YouTube's short-form video platform

Discover
Ads shown on personalized content feeds on Google mobile experiences

Gmail
Ads shown within users' Gmail inboxes

Google Display Network
Ads run across third-party sites and apps. Some ads may be modified to fit publisher formats

Demand Gen | kdy využít



	Ve Vyhledávací síti	Maximální výkon	Generování poptávky
Využití	Dosažení co největšího výkonu ve Vyhledávání Google	Dosažení co největšího výkonu na všech kanálech a platformách Googlu	Vytváření poptávky a dosahování obchodních výsledků na vizuálně nejvýraznějších zábavných platformách Google
Nabídky	<ul style="list-style-type: none"> • IS cíle • Kliknutí • Konverze • Hodnota konverze 	<ul style="list-style-type: none"> • Konverze • Hodnota konverze 	<ul style="list-style-type: none"> • Kliknutí • Konverze • Hodnota konverze
Publikum	Vyhledávající publika umožňují inzerentům kombinovat data první strany se signály Google a dosahovat tak různých marketingových cílů.	Umělou inteligenci lze řídit pomocí cílů NCA, pravidel pro hodnoty a signálů publika. (Bez přímého cílení)	Prostřednictvím přizpůsobování publik můžete cílit na unikátní segmenty publika (například segmenty podobných uživatelů).



Demand Gen – proč?

Rozšířený dopad

Přístup k nejpoutavějším vizuálním kontaktním bodům na YouTube a Googlu

- 1 Více možností na YouTube včetně Shorts, Objevování a Gmailu
- 2 Oslovení více než 3 mld. uživatelů
- 3 Přes 50 miliard globálních zobrazení Shorts denně

Reklama vytvořená na míru

Kreativy zaměřené na publikum, které zvyšují poptávku.

- 1 Podobné publikum
- 2 A/B experimenty s kreativami
- 3 Vytvoření nové kampaně s náhledy kreativ
- 4 Zdroje produktů

Nabídky a měření s využitím umělé inteligence

Naplňte trychtýř a změřte dopad

- 1 Nabídky založené na konverzích, hodnotě a počtu kliknutí
- 2 Nárůst vyhledávání
- 3 Dopad na značku
- 4 Zvýšení počtu konverzí
- 5 Atribuce založená na datech



Demand Gen – case studies v našich kampaních

↓ Session source / medium		Session campaign	↓ Sessions	Engaged sessions	Engagement rate
Total			1,035 3.62% of total	914 3.78% of total	88.31% Avg +4.46%
1	google / cpc	DG_All	1,035 (100%)	914 (100%)	88.31%

Vysoké zapojení

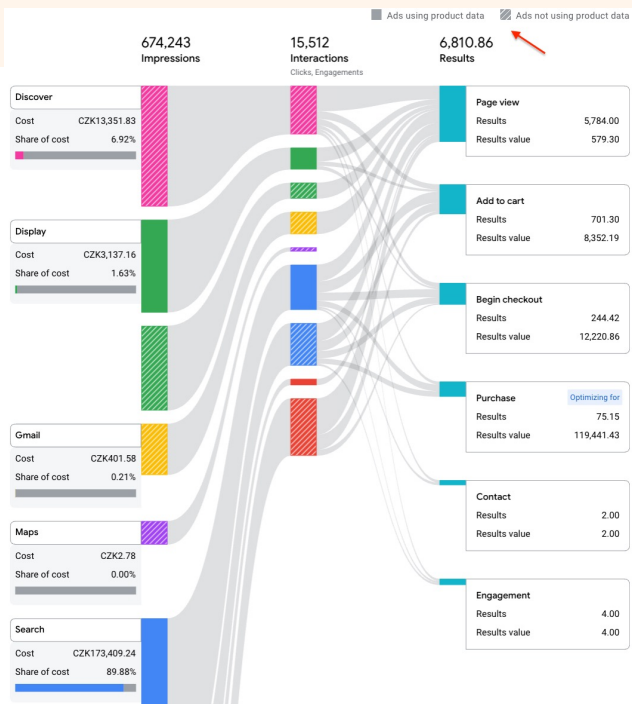
Kampaň	Skóre optimalizace	Typ kampaně	Prům. CPM	Zobr.	↓ Interak	Míra interakce	Prům. cena	Cena
PM_All	88,4 %	Maximální výkon	288,84 Kč	724 056	16 392 prokliků, interakce	2,26 %	12,76 Kč	209 138,80 ...
DG_All	93,8 %	Generování poptávky	19,66 Kč	460 260	7 667 prokliků, interakce	1,67 %	1,18 Kč	9 048,73 Kč
PM_...	78,5 %	Maximální výkon	224,35 Kč	29 127	1 616 prokliků, interakce	5,55 %	4,04 Kč	6 534,66 Kč
SE_Brand	82,5 %	Ve vyhledávání	2 887,49 Kč	5 224	1 167 prokliků	22,34 %	12,93 Kč	15 084,26 Kč

Nízká cena, vysoké návštěvy



Maximální výkon kampaní

= maximalizace konverzí, maximalizace hodnoty



Performance Max – proč a kdy?

Maximálně výkonné kampaně jsou nejvhodnější, jestliže:

- **máte konkrétní cíle** v oblasti reklamy a konverzí (například podpora internetového prodeje, oslovování potenciálních zákazníků apod.),
- chcete, aby kampaň **dosáhla co největšího výkonu** a neomezovala se při zobrazování reklam jen na určitý kanál,
- chcete mít **větší zásah a hodnotu konverze**, než jaký přinášejí kampaně ve vyhledávání založené na klíčových slovech.



AI & SEO

AI v Google

Výchozí náhled

The screenshot shows a Google search for "jaké je nejlepší cestovní pojištění v ČR?". The interface is in "Výchozí náhled" (Default view). The search results are categorized as "Sponzorované výsledky" (Sponsored results). The first result is from Top-Pojištění.cz, titled "Cestovní pojištění srovnání - Kalkulačka AXA, VZP, Allianz". Below it are links for "Porovnání pojištění zdarma", "Rady před cestou", and "Kalkulačka pojištění". The second result is from Koop.cz, titled "Cestovní pojištění Kooperativa | Sjednáte online za 2-3 minuty". The third result is from ERV Pojišťovna, titled "Cestovní pojištění na celý rok - Sleva až 75 %". The fourth result is from axa-asistance.cz, titled "50% sleva - Cestovní pojištění online". An orange arrow points to the "Skrýt sponzorované výsledky" button. On the right side, there is a "Srovnání nejlepších cestovních pojištění | Recenze 2025 - arecenze" card with a CSOB logo and a "AI overviews" button.

AI Mode

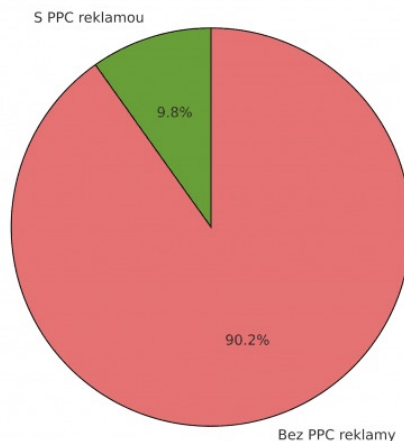
The screenshot shows the same Google search in "AI Mode". The search bar is "jaké je nejlepší cestovní pojištění v ČR?". The "Režim AI" (AI Mode) is selected. The main content is a detailed AI-generated summary. It starts with "Výběr „nejlepšího“ cestovního pojištění v Česku závisí na vašich individuálních potřebách, jako je cíl, délka a charakter cesty. Některé pojišťovny se pravidelně umisťují na předních příčkách v hodnocení, jiné nabízejí výhodné podmínky pro specifické typy cestování. Pro nalezení ideální varianty je důležité porovnávat více nabídek na základě konkrétních kritérií." Below this is a section "Pojišťovny s dobrým hodnocením" (Insurance companies with good ratings) with a list of providers: ERV Evropská pojišťovna, AXA Partners, Direct pojišťovna, Generali Česká pojišťovna, Allianz, and ČSOB Pojišťovna. At the bottom, there is a section "Jak vybrat to nejlepší pojištění" (How to choose the best insurance) with a search bar "Zeptejte se na cokoli" and a microphone icon. On the right side, there is a "15 webů" (15 websites) card with a list of insurance providers: Allianz pojišťovna, ČSOB Pojišťovna, and Generali Česká pojišťovna. An orange arrow points to the "Zobrazit vše" (Show all) button.

AI overviews – jak funguje?

AI Overviews vyhledávač Googlu zobrazuje na vybrané dotazy a obvykle ji najdete jako první.

Tedy pokud se nezobrazují placené inzeráty, v takovém případě najdete box s AI Overviews až pod nimi.

Zastoupení PPC reklamy mezi dotazy s AI Overview



AI overviews – jak funguje?

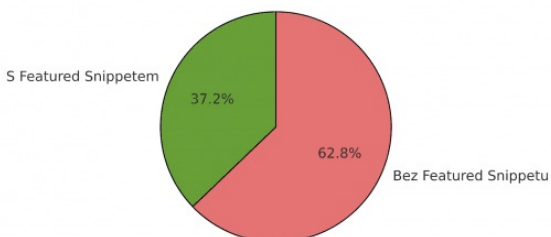
Často se poté zobrazí Featured snippet

Povinné ručení, tedy **pojištění odpovědnosti z provozu vozidla po pozemních komunikacích**, je pojištění, které musí mít ze zákona uzavřeno každý majitel vozidla. Proč je toto pojištění povinné? Z povinného ručení jsou hrazeny všechny škody, které způsobíte provozem vlastního vozidla na zdraví i majetku třetích osob.

 MONETA Money Bank
<https://www.moneta.cz/odpoved/co-je-povinne-ručení>

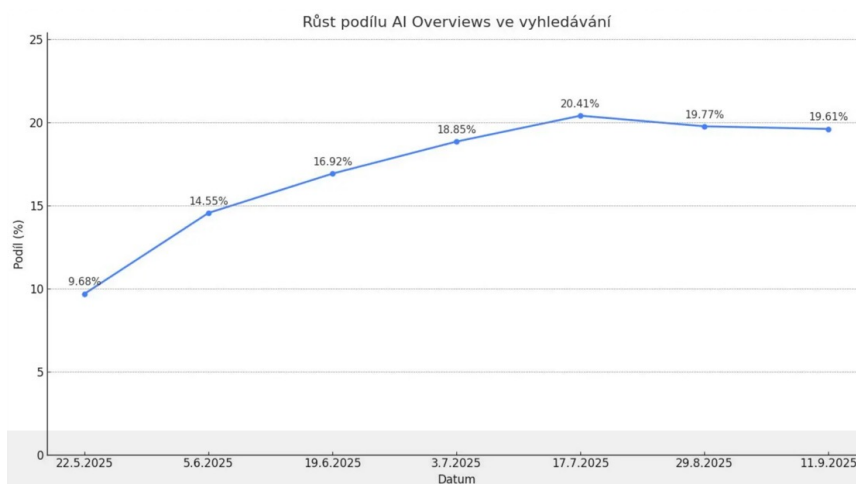
Co je povinné ručení - MONETA Money Bank

Zastoupení Featured Snippetu mezi dotazy s AI Overview



AI overviews – čísla za ČR

V Q3/2025:
20 % všech dotazů
obsahuje AI
overviews



AI overviews | Globální statistika dnes

Dnes (studie
Conductor v Q1
2026):

- **Google AI Overviews** now appear on average in **25% of searches**, reshaping how users encounter brands before they reach a website.
- In **Health Care**, where accuracy drives trust, nearly **half of all Google searches (48.7%)** surface AI-generated summaries, while **Financials** follows with **25.8%**—placing brand authority directly in the hands of algorithms.



SEO => GEO



Neklikají



0,5 %

z celku klikne na
zdroje v rámci AI
overviews

vs.

34 %

z celku klikne na
odkaz v organickém
hledání



SEO vs. Placené návštěvnosti

15-27 %

Návštěvnosti webů tvoří placené vyhledávání



SEO vs. GEO

Zatímco SEO optimalizuje texty pro
algoritmy vyhledávačů,
GEO se soustředí na to, aby váš obsah
pochopila a použila samotná umělá
inteligence

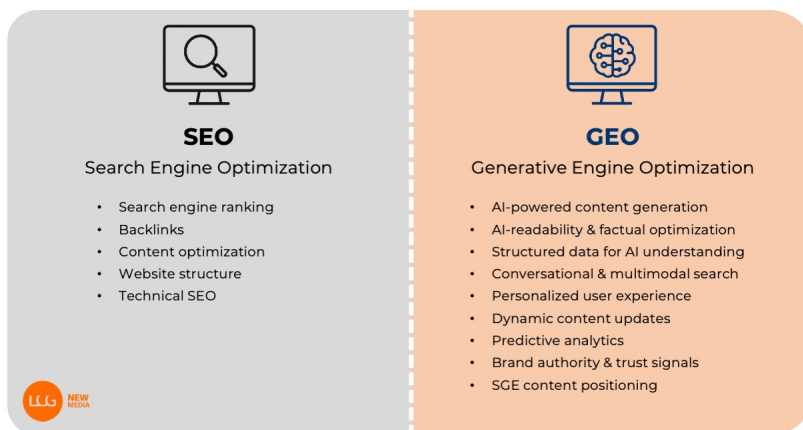


SEO vs. GEO – jaké jsou rozdíly

Oblast	SEO – klíčové body	GEO – co je jinak / přidané
Cíl viditelnosti	pozice v SERP, kličnost, organická návštěvnost	být citován / použité v odpovědích / AI souhrnech, být zdrojem, i když uživatel neklikne
Formát obsahu	delší články, keyword-density, optimalizace meta tagů, zpětné odkazy, technická SEO	strukturované informace, FAQ, přímé odpovědi, jasné hlavičky otázek, schema markup, jasné entity (značky, osoby, produkty) (madx.digital)
Měření úspěchu	pozice na Google, organická návštěvnost, počet klíčových slov, CTR ze SERP	sledování toho, jestli je váš web citován v AI odpovědích, metriky "AI visibility", jak se váš obsah objevuje v AI Overviews apod. (Search Engine Land)
Technické požadavky	správná SEO technická struktura, rychlost webu, mobilní responzivita, interní/external linkbuilding	strukturovaná data (schema.org), čistý HTML / obsah, značky FAQ / HowTo , prompt-oriented struktura otázek a odpovědí, entita-orientované psaní (inforadient.com)



SEO vs. GEO – jaké jsou rozdíly



GEO – co funguje nejlépe?

1. Přidání relevantních citací skutečných osob
2. Doplnění relevantních a důvěryhodných zdrojů informací
3. Přidání statistik a důkazů založených na datech

=> důvěryhodnost, autoritativnost:

- Vytvořit důvěryhodný obsah, který se dal použít jako zdroj dat pro učení jazykových modelů.
- Pracovat na zmínkách o své značce a produktech na relevantních webech, a to i ve spojení se souvisejícími klíčovými slovy.



...tapetování klíčovými slovy nestačí!

GEO – přímé tipy, jak na to!

1. Struktura otázek & přímé odpovědi

- Používejte nadpisy typu „Jak ...“, „Co je ...“, „Proč ...“ jako H2/H3.
- Přímě pod každou otázku krátká, jasná odpověď (1–3 věty), poté rozšíření.
- Zvaž „Quick answer / TL;DR“ na začátku článku.

2. Schéma Markup / strukturovaná data

- FAQ, HowTo, Article, definice → aby AI i vyhledávače mohly lépe interpretovat obsah.

3. Entita-orientované psaní a autorita

Značky, jména, tématické entity – jasně definované.

- Citace důvěryhodných zdrojů, odborné články – aby LLM mohl používat váš obsah jako ověřitelný zdroj.

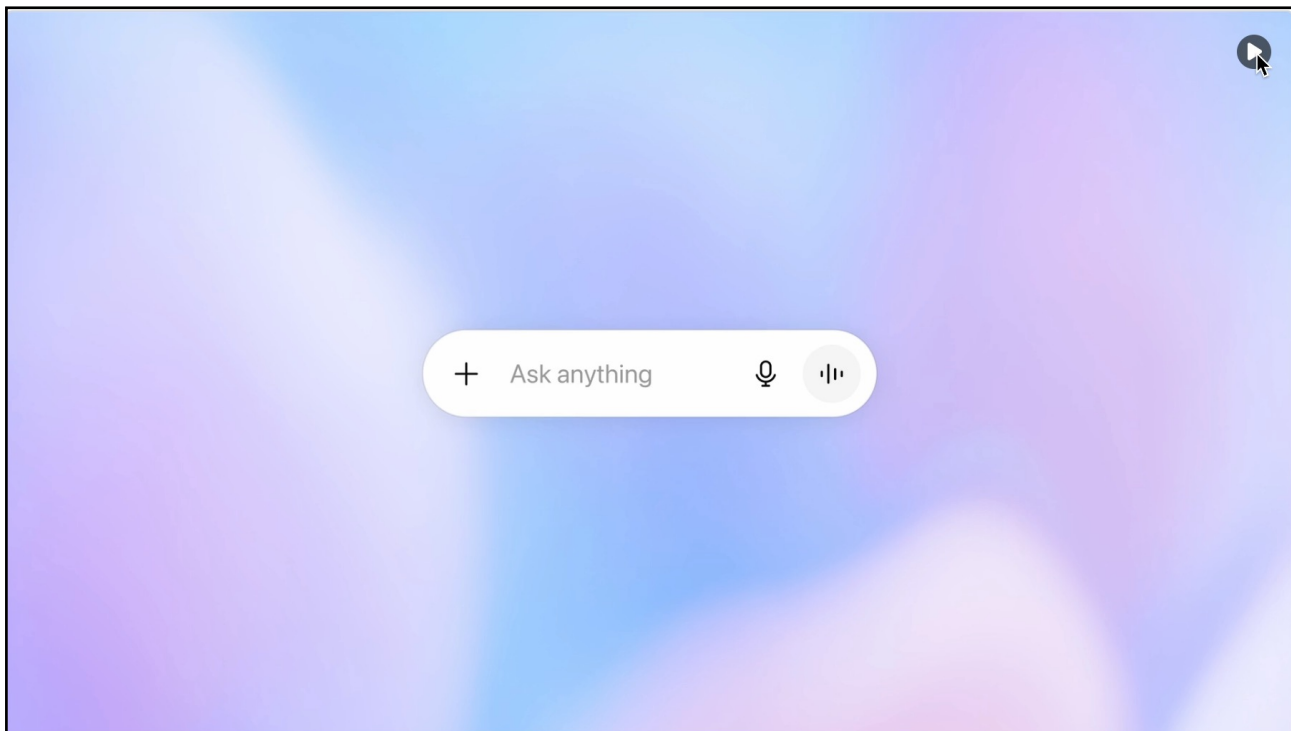
4. Optimalizace pro různé formáty dotazů

- Long-tail dotazy (přirozený jazyk, konverzační styl).
- Voice search, dotazy v řeči.
- FAQ, srovnání, checklisty – formáty snadno použitelné pro generativní odpovědi.

5. Aktualizace obsahu & relevance

- Udržujte články aktuální: nové informace, statistiky.
- Sledujte, co se v AI odpovědích mění – aktualizujte strukturu / obsah podle toho.





ChatGPT – co nás čeká? Nákupy přes ChatGPT

1. Nakupování přímo v **ChatGPT** díky Agent Commerce Protocol (ACP) a spolupráci se **Stripe**.
2. Plynulý a jednoduchý proces pro zákazníky.
3. Výsledky vyhledávání **nejsou placené**, ale založené na kvalitě a struktuře dat.
4. Rozhodující jsou názvy, popisy, ceny, dostupnost, recenze a média.
5. Feedy je nutné pravidelně aktualizovat (i každých 15 minut).
6. Klíčová konkurenční výhoda = správa a **kvalita feedů**.
7. Bez sponzorovaných pozic = šance pro menší značky.
8. Bezproblémový nákup v několika krocích přímo v chatu.
9. Testováno na **Etsy** a **Shopify** a první výsledky ukazují **vyšší konverze** než Google (6,7 % vs. 3,9 %).
10. **Zatím dostupné pouze v USA.**

<https://openai.com/index/buy-it-in-chatgpt/>
<https://stripe.com/en-cz/newsroom/news/stripe-openai-instant-checkout>



GEO – shrnutí

**Optimalizace pro vyhledávače
je stále důležitá, jen je potřeba ji
rozšířit o specifika GEO.**



GEO – klíčový bod

Středobodem všeho = silné značky a weby

Investice do značky je klíčová!



AI V KREATIVĚ

Jak funkčně a správně používat AI

- 1) **Co** to má přinést?
- 2) **Pro koho** to je určeno?
- 3) Dává **smysl** na to použít AI? Není snazší to prostě udělat?
- 4) Nezapomínejte, že **promptování je také práce.**

Jak spolupracovat s AI tvůrce

- 1) **Dejte jim čas**
- 2) **Dejte jim peníze**
- 3) **Dejte jim svobodu**

Část práce s AI je pořád hodně náhodná a úplné detaily jdou jenom obtížně ovlivnit - nebo ovlivnit jdou, ale stojí to obrovské množství času a tokenů.

Často kvůli nějakému detailu musíte začít od začátku nebo vizuál musí ručně dodělat grafik.

Dejte tvůrcům AI alespoň trochu volnosti.



Na co AI používat

- Jako sparring partnera
- Jako otroka pro repetitivní úkoly
- Tvůrce variací
 - Režeršistu
 - Na výrobu vašich nápadů



AI vám **nepřidá** talent.
Přidá vám rychlost.

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



Kreativita je sval.
Bez procvičování
zakrní.

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



Jak jsme AI použili my?



Foresto AI kampaň





15,15 Kč
CPM

1,28 Kč
za like/comment

3,94%
ad recall lift rate

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



Postavy:

Kočka

Pes - třeba boxer nebo jezevčík, prostě aby byl hodně jiný než v minulém videu

Prostředí: Vědecká laboratoř

INT. LABORATOŘ, DEN

Kočka a pes mají na sobě oba bílé pláště a na očích transparentní, ochranné brýle.

Oba se dívají na dva obojky Foresto položené před nimi na stole.

PES
Studie potvrzují, že Foresto účinně hubí a odpuzuje parazity. Ale jak?

KOČKA
Podle mě je to kvantová entangled disperze repelentních molekul...

Pes zakrouží hlavou.

KOČKA (cont'd)
...nebo hypersonický vibrační štít.

PES
Nesmysl. Kde by měl baterie na osm měsíců?

KOČKA
Pravda.
(zaváhá)
Ještě je tu jedna možnost.

Pes se na ni tázavě podívá.

KOČKA (cont'd)
Magie!

Pes se na ní dívá. Potřese hlavou. Není.

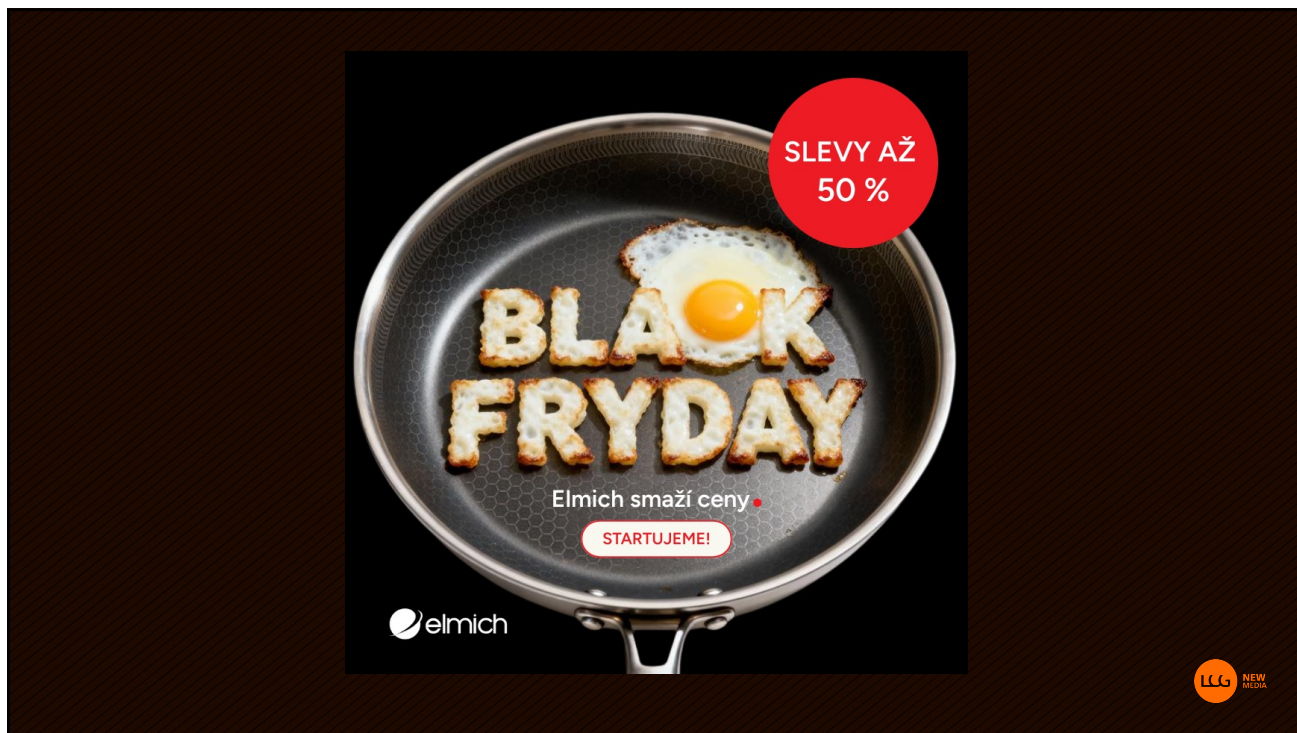
PES
Ne. Je to díky speciálně vyvinuté polymerové matici.

Kočka se na něj překvapeně podívá.



Elmich AI kampaň





400%
ROAS

342k
Zobrazení

250k
Tržby

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



SLEVY AŽ
50 %

Black FRYDAY končí!

POSLEDNÍ ŠANCE DO PONDĚLÍ 1. 12.

SLEVY AŽ
50 %

Black FRYDAY končí!

POSLEDNÍ ŠANCE DO PONDĚLÍ 1. 12.

SLEVY AŽ
50 %

Black FRYDAY končí!

POSLEDNÍ ŠANCE DO PONDĚLÍ 1. 12.

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



Michelin **AI** kampaň





Esoxx AI kampaň



ESOXX ONE
Chrání a regeneruje jícen

NOVINKA

SKONCUJTE
S PÁLENÍM ŽÁHY

A ZÍSKEJTE OCHRANU
I REGENERACI

UNIKÁTNÍ
MECHANIZMUS
ÚČINKU



ZDRAVOTNICKÝ PROSTŘEDEK.
ČTĚTE PEČLIVĚ NÁVOD K POUŽITÍ
A INFORMACE O BEZPEČNÉM POUŽÍVÁNÍ.



DOBROU NOC BEZ OHNĚ
V KRKU

DLUHOTRVAJÍCÍ
REGENERACE

Noční reflux už vás
nedonutí spát v sedě

Zdravotnický prostředek. Čtěte pečlivě návod k použití
a informace o bezpečném užívání.

ESOXX ONE
Chrání a regeneruje jícen

UŽÍVEJTE SI
VELIKONOCE BEZ PÁLENÍ ŽÁHY.

DLUHOTRVAJÍCÍ
REGENERACE

Zdravotnický prostředek. Čtěte pečlivě návod k použití
a informace o bezpečném užívání.

ESOXX ONE
Chrání a regeneruje jícen



AI **vás má** inspirovat,
ulehčit práci. Ne
nahradit **vaše** myšlení a
kreativitu.

WWW.LCGNEWMEDIA.CZ



Děkuji za
pozornost



10 OCENĚNÍ OD ROKU 2020, VČETNĚ ABSOLUTNÍHO
VÍTEZE ROKU A 2x 1. MÍSTO



13 OCENĚNÍ OD ROKU 2022, VČETNĚ 3x 1. MÍSTO



DELOITTE FAST50 2020 - 45. MÍSTO NEJRYCHLEJI
ROSTOUCÍ TECHNOLOGICKÉ FIRMY



TOTAL CLUTCH SCORE 5.0/5