

Titul: Prodejní AI reklama

Autor: Vladi Vavroušková

Stručný popis: Tento pracovní list se zaměřuje na vytvoření efektivní prodejní reklamy s pomocí nástroje GPT-4 Omni Channel. Úkolem bude odpovědět na šest otázek, které pokrývají různé aspekty přípravy, tvorby a implementace reklamy na různých platformách. Pracovní list je navržen tak, aby vám pomohl efektivně využívat reklamy k získávání klientů a budování online byznysu.

Instrukce:

1. **Přečtěte si pečlivě body níže.**
2. **Na každou otázku/bod odpovězte nebo ho zpracujte, co nejpodrobněji, využijte informace z prezentací a skript.**
3. **Odpovědi pište jasně a strukturovaně.** Pokud to bude možné, používejte odrážky nebo číslovaný seznam pro lepší přehlednost.

Přeji vám hodně úspěchů při vypracovávání pracovního listu a těším se na vaše odpovědi! 🙌

1. Jaký je význam prodejní reklamy pro-online byznys a získávání klientů.

Pokyny: Vysvětlete, proč je prodejní reklama klíčovým nástrojem pro přilákání nových klientů, zvýšení povědomí o značce a podporu prodeje.

2. Jaké jsou hlavní prvky efektivní reklamy na sociálních sítích, jako je Facebook a Instagram.

Pokyny: Popište klíčové prvky, jako jsou atraktivní název, přitažlivý text, vizuální prvky (obrázky, videa) a jasná výzva k akci (CTA).

3. Jaké jsou nejlepší praktiky pro tvorbu e-mailové reklamní kampaně zaměřené na produkt zdarma a placený product.

Pokyny: Vysvětlete, jak strukturovat e-mailovou kampaň, aby byla efektivní. Popište, jak použít personalizovaný text, silné vizuální prvky a CTA, aby čtenář klikl na odkaz a zaregistroval se.

4. Jak vytvořit efektivní reklamu na Google Ads pro získání klientů na bezplatný a placený kurz.

Pokyny: Popište, jak strukturovat název, text reklamy a odkazy v Google Ads. Uveďte rozdíly v přístupu k propagaci bezplatného a placeného kurzu.

5. Jaké jsou klíčové rozdíly mezi reklamami na LinkedIn zaměřenými na profesionály a reklamami na jiných platformách.

Pokyny: Vysvětlete, jaké specifické prvky by měly být zahrnuty do reklam na LinkedIn, aby oslovily profesionální publikum, a jak se tyto reklamy liší od reklam na Facebooku nebo Instagramu.



Spolufinancováno Evropskou unií

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.