Prompt knižnica: Google Ads & AI

> 35 hotových promptov | Workshop materiál pre účastníkov

Ako používať: Skopíruj prompt, vyplň [zátvorkové polia] a použi v ChatGPT alebo Claude.

---

1. AUDIT & ANALÝZA ÚČTU

P01 — Rýchly audit kampane z CSV reportu

```
Si expert na Google Ads. Analyzuj priložený report a odpovedz na:
1. Ktoré kampane majú najhorší pomer nákladov k výsledkom?
2. Kde vidíš anomálie (nezvyčajne vysoký CPC, nízky CTR, zlá conversion rate)?
3. Čo by si vypol alebo obmedzil ako prvé a prečo?
4. Aké sú top 3 príležitosti na zlepšenie?
Buď konkrétny, odkazuj sa na čísla z reportu.
```

P02 — Porovnanie dvoch období

```
Porovnaj výkon Google Ads kampane v dvoch priložených reportoch.
Obdobie 1: [napr. apríl 2025]
Obdobie 2: [napr. máj 2025]

Identifikuj:
- Metriky, ktoré sa zhoršili (a možné príčiny)
- Metriky, ktoré sa zlepšili
- Kampane/ad skupiny s najväčšou zmenou
- Čo odporúčaš spraviť na základe tejto analýzy
```

P03 — Detekcia anomálií

```
Pozri sa na tieto Google Ads dáta za posledných 30 dní.
Hľadaj štatistické anomálie: dni alebo kampane, kde sa niečo správa inak ako zvyčajne.
Pre každú anomáliu navrhni 2–3 možné príčiny a čo spraviť.
```

P04 — Benchmark analýza

```
Mám tieto Google Ads metriky pre [odvetvie, napr. e-commerce móda]:
- CTR: [X%]
- Conversion Rate: [X%]
- CPA: [X€]
- ROAS: [X]

Porovnaj ich s typickými benchmarkmi v mojom odvetví.
Kde som pod priemerom? Kde som nad? Čo mám prioritizovať?
```

---

2. KEYWORD RESEARCH

P05 — Generovanie kľúčových slov

```
Pracujem na Google Ads kampani pre [produkt/služba].
Cieľová skupina: [popis zákazníka].
Geografické zameranie: [krajina/región].

Navrhni:
1. 40 kľúčových slov (mix: informačný, komerčný a transakčný intent)
2. Pre každé kľúčové slovo navrhni match type (Broad/Phrase/Exact) s odôvodnením
3. Označ, ktoré sú high-intent (pripravenosť kúpiť)
```

P06 — Klastrovanie kľúčových slov do ad skupín

```
Mám tento zoznam kľúčových slov:
[vlož zoznam]

Rozdeľ ich do tematických ad skupín podľa princípu 1 ad skupina = 1 téma.
Pre každú skupinu:
- Navrhni názov skupiny
- Vyber najrelevantnejšie kľúčové slová
- Navrhni 3 negative keywords špecifické pre túto skupinu
```

P07 — Negative keywords generátor

```
Pre Google Ads kampaň na [produkt/služba] v odvetví [odvetvie]:

1. Vytvor zoznam 30 negative keywords, ktoré treba vylúčiť
2. Kategorizuj ich do skupín (napr. "neplatení hľadači", "nesprávne produkty",
"geografie")
3. Označ, ktoré by mali byť na úrovni kampane vs. ad skupiny
```

P08 — Rozšírenie existujúcich keywords

```
Mám tieto kľúčové slová, ktoré mi fungujú:
[vlož zoznam top keywords]

Navrhni 20 ďalších kľúčových slov, ktoré by mohli fungovať podobne dobre.
Hľadaj: synonymá, dlhý chvost (long-tail), súvisiace témy, konkurenčné výrazy.
Pre každé slovom vysvetli, prečo si myslíš, že má potenciál.
```

---

3. TVORBA TEXTOV (RSA)

P09 — Kompletné RSA texty pre ad skupinu

```
Si copywriter pre Google Ads. Napíš RSA reklamu.

Produkt/Služba: [popis]
Ad skupina / téma: [napr. "účtovný softvér pre malé firmy"]
Cieľová skupina: [popis]
Hlavné USP (unikátne výhody): [zoznam 3–5 výhod]
CTA: [napr. "Vyskúšaj zadarmo" / "Získaj ponuku"]
URL: [doména]

Výstup:
– 15 headlines (max 30 znakov každý, žiadne duplicity, rôzne uhly: benefit, feature,
CTA, cena, urgency, social proof)
– 4 descriptions (max 90 znakov, každý iný uhol pohľadu, aspoň 1 s CTA)
– Poznámka: označ, ktoré headlines sú "Pinnable" na pozíciu 1 (brand/hlavné USP)
```

P10 — Varianty textov pre A/B test

```
Mám tento fungujúci RSA headline:
"[aktuálny headline]"

Navrhni 5 variantov pre A/B test, kde každý testuje iný psychologický princíp:
– Variant 1: Curiosity gap
– Variant 2: Social proof
– Variant 3: Urgency / scarcity
– Variant 4: Benefit-first
– Variant 5: Pain point

Každý variant max 30 znakov.
```

P11 — Texty pre rôzne fázy nákupného procesu

```
Produkt/Služba: [popis]

Napíš Google Ads texty (headlines + description) pre 3 fázy:
1. Awareness (zákazník ešte nevie, že má problém)
2. Consideration (porovnáva riešenia)
3. Decision (pripravený kúpiť)

Pre každú fázu: 3 headlines + 1 description.
```

P12 — Sezónne texty

```
Potrebujem upraviť Google Ads texty pre [produkt/služba] na [sezóna/akcia, napr.
Vianoce, Black Friday, jar].

Aktuálne texty:
[vlož existujúce headlines/descriptions]

Uprav ich tak, aby:
- Odkazovali na sezónu/akciu
- Zachovali max 30 znakov (headlines) / 90 znakov (descriptions)
- Boli autentické, nie klišé
```

---

4. PERFORMANCE MAX

P13 — PMax asset brainstorm

```
Pripravujem Performance Max kampaň pre [produkt/služba].
Cieľová skupina: [popis]
Hlavná konverzná akcia: [napr. nákup, vyplnenie formulára]

Navrhni:
1. 5 rôznych headlines (max 30 znakov)
2. 5 long headlines (max 90 znakov)
3. 5 descriptions (max 90 znakov)
4. Témy pre obrázky (čo by malo byť na fotkách)
5. Script pre 15-sekundové YouTube video
```

P14 — PMax audience signals

```
Pre Performance Max kampaň na [produkt/služba]:

Navrhni audience signals pre Google Ads:
1. Custom segments (search terms, URLs, apps — čo zadať)
2. Remarketing listy, ktoré by som mal mať
3. Customer match segmenty (aké typy zákazníkov nahrať)
4. Demographics a interests, na ktoré sa zamerať

Vysvetli, prečo každý signal odporúčaš.
```

P15 — PMax audit checklist aplikovaný na môj účet

```
Mám tieto dáta z Performance Max kampane:
[vlož štatistiky: impressions, clicks, conversions, cost, asset report]

Skontroluj:
1. Sú asset ratings väčšinou "Good" alebo "Best"? Čo treba zlepšiť?
2. Je budget dostatočný na learning phase?
3. Sú konverzné ciele správne nastavené?
4. Čo konkrétne by si zmenil v nasledujúcich 7 dňoch?
```

5. SMART BIDDING

P16 — Výber bidding stratégie

```
Mám Google Ads kampaň s týmito parametrami:
- Mesačný budget: [X€]
- Konverzie za posledných 30 dní: [počet]
- Aktuálna stratégia: [napr. Manual CPC]
- Cieľ: [napr. maximalizovať predaje pri CPA max 25€]

Akú bidding stratégiu odporúčaš a prečo?
Kedy by som mal prepnúť na inú stratégiu a podľa čoho to spoznám?
```

P17 — Riešenie problémov so Smart Bidding

```
Moja kampaň s [Target CPA / Target ROAS] nefunguje dobre:
- Nastavený cieľ: [X]
- Skutočné výsledky: [X]
- Trvanie kampane: [X týždňov]
- Počet konverzií/mesiac: [X]

Čo môže byť príčina? Navrhni 5 možných problémov a riešení.
```

6. REPORTING & ANALÝZA

P18 — Mesačný client report

```
Si analytik Google Ads. Na základe priložených dát vytvor mesačný report pre klienta.

Klient: [typ biznisu]
Reporting obdobie: [mesiac]
Konverzný cieľ: [napr. nákupy / leady]

Štruktúra:
1. Executive summary (4–5 viet, bez jargónu)
2. Kľúčové metriky (tabuľka: tento mesiac vs. minulý mesiac, % zmena)
3. Top 3 kampane – výkon + 1-veta komentár ku každej
4. Čo fungovalo dobre (s číslami)
5. Čo treba zlepšiť (s číslami)
6. Odporúčané kroky na nasledujúci mesiac (konkrétne, max 5 bodov)

Tón: profesionálny, zrozumiteľný pre niekoho, kto Google Ads neovláda.
```

P19 — Identifikácia príležitostí v dátach

```
Analyzuj tieto Google Ads dáta a nájdi skryté príležitosti:
[vlož dáta]

Hľadaj:
1. Kľúčové slová s vysokým CTR ale nízkym budget podielom (underinvested)
2. Ad skupiny s dobrou conversion rate ale malým objemom (škálovateľné)
3. Časy/dni s najlepším výkonom (schedule optimalizácia)
4. Geografické oblasti s nadpriemerným výkonom
```

P20 — Search Terms analýza

```
Mám report search terms z Google Ads:
[vlož zoznam search terms]

Roztrieď ich do kategórií:
1. Relevantné — treba pridať ako kľúčové slová
2. Čiastočne relevantné — treba zvážiť
3. Irelevantné — pridaj ako negative keywords
4. Zaujímavé inzighty — čo ťa zákazníci pýtajú, čo si nečakal?
```

P21 — Auction Insights interpretácia

```
Mám Auction Insights report:
[vlož dáta: competitors, impression share, overlap rate, etc.]

Analyzuj:
1. Kto sú moji hlavní konkurenti v aukcii?
2. Kde strácam impression share (budget vs. quality)?
3. Ako agresívni sú konkurenti?
4. Čo mi odporúčaš spraviť na zlepšenie mojej pozície?
```

---

7. AUTOMATIZÁCIA & TECHNICKÉ

P22 — n8n workflow dizajn

```
Chcem automatizovať tento proces v Google Ads:
[popis procesu, napr. "každý pondelok dostať report o výdavkoch a konverziách za minulý
týždeň na email"]

Navrhni:
1. Kroky workflow (trigger → akcie → výstup)
2. Aké nástroje/nody v n8n použiť
3. Aké dáta potrebujem z Google Ads API
4. Prípadné problémy a ako ich obísť
```

P23 — Make (Integromat) scenario návrh

```
Potrebujem Make scenario, ktoré:
[popis, napr. "keď CPA v Google Ads kampani prekročí 30€, pošle mi Slack správu s názvom kampane a aktuálnym CPA"]

Navrhni:
1. Trigger a podmienky
2. Moduly v Make (aké apps použiť)
3. Dáta, ktoré treba vytiahnuť z Google Ads
4. Formát notifikácie / výstupu
```

P24 — Google Ads skript (script) nápad

```
Chcem Google Ads skript, ktorý:
[popis, napr. "každý deň skontroluuje, či niektorá kampaň nemá impression share pod 30% a pošle email"]

Popíš (bez kódu):
1. Logiku skriptu krok za krokom
2. Dáta, ku ktorým potrebuje prístup
3. Podmienky a výstupy
4. Ako ho naplánovať (denný/týždenný)
```

---

8. STRATÉGIA & PREZENTÁCIA

P25 — Návrh kampane od nuly

```
Klient: [typ biznisu, napr. "e-shop s handmade šperkami, Slovensko"]
Budget: [X€/mesiac]
Cieľ: [napr. maximalizovať predaje pri ROAS min. 3]
Hlavná sezóna: [napr. október–december]

Navrhni kompletnú Google Ads stratégiu:
1. Aké typy kampaní a prečo
2. Odporúčaná štruktúra a rozdelenie budgetu
3. Bidding stratégie pre každú kampaň
4. Fázy: spustenie → optimalizácia → škálovanie
5. KPI, podľa ktorých budeme merať úspech
```

P26 — Prezentácia výsledkov pre klienta/manažment

```
Mám tieto výsledky Google Ads kampane za Q2:
[vlož kľúčové metriky]

Pomôž mi napísať prezentáciu (5 slide outline) pre klienta, ktorý nič o PPC nevie.
Každý slide: nadpis + 3–4 bullet pointy.
Jazyk: jasný, bez jargónu, zameraný na biznis výsledky (peniaze, predaje, rast).
```

P27 — Odpoveď na nespokojného klienta

```
Klient píše: "[vlož správu klienta, napr. 'náklady vzrástli o 30% a predaje nie']"

Pomôž mi napísať profesionálnu odpoveď, ktorá:
1. Uznáva jeho obavy
2. Vysvetľuje možné príčiny (bez výhovoriek)
3. Navrhuje konkrétne kroky na nápravu
4. Zachováva dôveru a profesionalitu
```

---

9. AI KREATÍVY

P28 — Midjourney/DALL-E prompt pre reklamný banner

```
Vytvor Midjourney prompt pre Google Display banner.

Produkt: [popis]
Štýl: [napr. minimalistický, lifestyle, corporate]
Farby: [napr. biela a modrá, brand farby]
Nálada: [napr. dôveryhodný, energický, luxusný]
Formát: horizontálny banner (728x90 alebo 300x250)

Výstup: 3 rôzne Midjourney prompty v angličtine.
```

P29 — Kreatívny brief pre dizajnéra/AI

```
Pripravujem Google Ads kreatívy pre kampaň.
Produkt: [popis]
Cieľová skupina: [popis]
Hlavná správa: [napr. "Ušetri 2 hodiny denne"]
CTA: [napr. "Vyskúšaj zadarmo"]

Vytvor kreatívny brief:
1. Vizuálna stratégia (čo má obrázok/video komunikovať)
2. Farebná paleta a štýl
3. Texty na kreatíve (headline, subline, CTA button)
4. Čomu sa vyhnúť
5. 3 konkrétne koncepty na realizáciu
```

---

10. RÔZNE & POKROČILÉ

P30 — Competitor analýza z verejných zdrojov

```
Analyzuj Google Ads stratégiu konkurenta [URL/názov firmy] na základe:
- Google Ads Transparency Center (ads.google.com/transparency)
- Ich landing pages a messaging

Identifikuj:
1. Hlavné USP, ktoré komunikujú
2. CTA a ponuky, ktoré používajú
3. Kde sú medzery, ktoré môžem využiť
4. Ako sa odlíšiť
```

P31 — Optimalizácia landing page pre Google Ads

```
Mám túto landing page: [URL alebo popis obsahu]
Google Ads kampaň smeruje na ňu s kľúčovými slovami: [zoznam]

Analyzuj Quality Score faktory:
1. Relevancia kľúčových slov a landing page obsahu
2. Rýchlosť a UX (čo vieš posúdiť)
3. Jasnosť CTA
4. Odporúčania na zlepšenie konverzného pomeru

Čo by si zmenil ako prvé?
```

P32 — Sezónna stratégia

```
Odvetvie: [napr. e-commerce, B2B softvér, cestovný ruch]
Krajina: [Slovensko/ČR]
Rok: 2025–2026

Vytvor ročný kalendár Google Ads aktivít:
- Kľúčové sezóny a sviatky s vysokým dopytom
- Odporúčané akcie pre každé obdobie (zvýšenie budgetu, špeciálne kampane, texty)
- "Quiet periods" — kde šetriť
```

P33 — ROAS kalkulátor a cieľové nastavenie

```
Mám e-shop s týmito parametrami:
- Priemerná hodnota objednávky (AOV): [X€]
- Margin: [X%]
- Akceptovateľné marketingové náklady: [X% z obratu]

Vypočítaj:
1. Break-even ROAS
2. Cieľový ROAS pre zdravý zisk
3. Maximálny CPA, ktorý si môžem dovoliť
4. Odporúčané nastavenie Target ROAS v Google Ads
```

P34 — Konverzný tracking audit

```
Popis môjho konverzného trackingu:
[napr. "mám Google Ads konverziu cez Google Tag, meriame nákupy a newsletter signup"]

Audit:
1. Sú moje konverzné akcie správne nakonfigurované pre Smart Bidding?
2. Aké konverzie by som mal pridať/odstrániť?
3. Je nastavenie hodnôt konverzií správne?
4. Čo skontrolovať v GA4 pre lepšie dáta?
```

P35 — Mesačný akčný plán optimalizácie

```
Mám Google Ads účet s týmito kampaňami:
[zoznam kampaní a základné metriky]

Vytvor mesačný optimalizačný plán (4 týždne):
– Týždeň 1: Čo robiť (konkrétne úlohy)
– Týždeň 2: Čo robiť
– Týždeň 3: Čo robiť
– Týždeň 4: Čo robiť + review

Prioritizuj podľa dopadu na výsledky.
```

Prompt knižnica | Google Ads & AI Workshop | verzia 1.0

Aktualizuj prompty podľa nových funkcií Google Ads a AI nástrojov.
