

Meta Ads jednoduše: Jak propagovat produkty na Facebooku a Instagramu přímo ze Shoptetu

20.8.2026 - | Blog.shoptet

Nově jsme do Shoptet Kampaní přidali Meta Ads, díky kterým můžete propagovat své produkty na Facebooku, Instagramu nebo Threads přímo z administrace e-shopu. Bez složitého nastavování reklamních účtů, přepínání mezi několika nástroji nebo pokročilých znalostí výkonnostního marketingu. V článku si ukážeme, jak Meta Ads fungují, co budete potřebovat pro jejich spuštění a proč stojí za to je vyzkoušet.

Nově jsme do Shoptet Kampaní přidali Meta Ads, díky kterým můžete propagovat své produkty na Facebooku, Instagramu nebo Threads přímo z administrace e-shopu. Bez složitého nastavování reklamních účtů, přepínání mezi několika nástroji nebo pokročilých znalostí výkonnostního marketingu. V článku si ukážeme, jak Meta Ads fungují, co budete potřebovat pro jejich spuštění a proč stojí za to je vyzkoušet.

Shoptet Kampaně představují jednoduchý způsob, jak propagovat váš e-shop. Služba umožňuje **spouštět výkonnostní reklamu přímo z administrace e-shopu**, aniž byste museli trávit hodiny studiem reklamních systémů, textů a grafiky. Dosud bylo možné **inzerovat přes Google Ads**, nově přibývá také možnost **propagace na platformách společnosti Meta**. Shoptet Kampaně tak přináší další možnosti, jak oslovit nové zákazníky.

Proč jsme do Shoptet Kampaní přidali Meta Ads

Facebook a Instagram patří dlouhodobě mezi nejvýznamnější reklamní platformy pro e-commerce. Právě proto byla možnost inzerce na Metě jedním z nejčastějších přání našich e-shopařů, kteří chtěli využívat reklamu na sociálních sítích, ale odrazovala je složitější správa reklamního účtu, nastavování kampaní nebo nutnost spolupracovat s externím specialistou. A tak jsme se rozhodli do služby Shoptet Kampaně kromě Google Ads zařadit také Meta Ads.

Výsledkem je řešení, které umožňuje spustit produktovou reklamu na Facebooku a Instagramu během několika minut. O technickou část i průběžnou optimalizaci se stará systém, takže se můžete soustředit především na svůj e-shop.

Jak Meta Ads fungují

Moderní reklama na Metě už dávno není jen o ručním nastavování cílových skupin nebo testování desítek variant reklam. V Shoptet Kampaních používáme Meta Advantage+, tedy **automatizované kampaně využívající umělou inteligenci**.

Ta průběžně vyhodnocuje velké množství signálů a hledá zákazníky, u kterých je největší pravděpodobnost nákupu. Zároveň průběžně optimalizuje výkon kampaně tak, aby z přiděleného rozpočtu získala co nejlepší výsledky.

System:

- automaticky hledá nejrelevantnější publikum,
- optimalizuje rozdělení rozpočtu,
- využívá data z vašeho e-shopu i nákupního chování uživatelů,
- zobrazuje relevantní produkty lidem, které mohou zajímat,
- průběžně se učí a výkon kampaně postupně vylepšuje.

Nemusíte tak řešit, komu reklamu zobrazit nebo jak jednotlivé kampaně průběžně upravovat, velkou část práce za vás obstará samotný reklamní systém.

Kde a jak se vaše Meta reklama zobrazí

Meta Ads v Shoptet Kampaních fungují jako **produktová reklama**. Do reklamy se automaticky načítají produkty z vašeho e-shopu. Použije se první produktová fotografie, název produktu, krátký popis, cena a odkaz na konkrétní produkt.

Reklamy se mohou zobrazovat například:

- ve Facebook Feedu,
- ve Facebook Stories,
- v Instagram Feedu,
- v Instagram Stories,
- ve Threads.

V horní části reklamy se zobrazí vaše facebooková stránka a primární reklamní text, který si nastavíte při aktivaci kampaně. Hlavní prostor pak zabírají samotné produkty.

Ukázka reklamy ve Facebook Feedu a Stories

Ukázka reklamy v Instagram Feedu a Stories

Jak spustit Meta Ads

Meta Ads v Shoptet Kampaních spustíte na pár kliknutí. Většinu zvládnete přímo **z administrace vašeho e-shopu**. Níže najdete podrobný návod, jak na to.

Co budete potřebovat ještě před spuštěním

Pro aktivaci Meta Ads budete potřebovat **vlastní firemní facebookovou stránku**.

Doporučujeme, aby **působila důvěryhodně** a byla **pravidelně spravovaná**. Měla by obsahovat základní informace o vaší firmě a být aktuální.

Ideálně by na vaší firemní stránce neměla chybět:

- aktuální profilová a úvodní fotografie,
- informace o e-shopu a kontaktní údaje,
- odkaz na e-shop,
- několik příspěvků představujících produkty nebo novinky,
- kontaktní údaje.

Dobře vyplněná firemní stránka pomáhá budovat důvěru ještě před tím, než zákazník navštíví váš e-shop.

Spuštění v administraci Shoptetu

Nastavení probíhá přímo v administraci vašeho e-shopu v sekci **Marketing → Shoptet Kampaně**.

Celý proces zvládnete v několika krocích:

1. Vyberte propagaci přes Metu.
1. Propojte svou firemní facebookovou stránku.
1. Zkontrolujte produkty, které chcete propagovat. Můžete také některé kategorie nebo produkty z kampaně vyloučit.
1. Vyplňte krátký reklamní text představující váš e-shop.
1. Nastavte rozpočet a dobijete kredit. Minimální rozpočet činí **3 000 Kč**. Výši rozpočtu můžete později upravit podle výsledků.
1. Spusťte reklamu a její výkon následně sledujte přímo v administraci Shoptetu.

Vše spravujete v administraci vašeho e-shopu. Nemusíte přecházet mezi několika reklamními nástroji ani řešit technické propojení jednotlivých systémů.

Proč využít Meta Ads v Shoptet Kampaních

Jednodušší start s reklamou

Nemusíte být PPC specialista, abyste mohli dělat reklamu. Nastavení zvládnete přímo v prostředí Shoptetu, které už dobře znáte, a systém se vám o reklamy postará.

Automatické načítání produktů

Reklamy využívají produktová data z vašeho e-shopu, takže není potřeba produkty ručně vytvářet nebo přepisovat z e-shopu do reklamního systému.

Šetří čas při správě kampaní

Velkou část práce obstarává automatizace. Vy řešíte hlavně výběr produktů a rozpočet, správu kampaní necháváte na systému.

Akvizice i remarketing fungují společně

Meta Advantage+ kombinuje oslovování nových zákazníků a připomínání produktů lidem, kteří už o váš e-shop projeví zájem.

Správa a výsledky kampaní na jednom místě

Kampaň nastavujete, upravujete i vyhodnocujete přímo v administraci Shoptetu. Žádné přecházení mezi systémy a zmatek.

Bez dlouhodobých závazků

Rozpočet můžete podle výsledků měnit a Shoptet Kampaně lze kdykoliv pozastavit nebo úplně vypnout.

Podívejte se, jak Meta Ads fungují v praxi

Chcete si celé nastavení projít krok za krokem?

Na webináři ukazujeme:

- 5:06 Meta Ads nově v Kampaních
- 7:35 Co potřebujete k aktivaci
- 8:53 Kde se vaše reklama zobrazí
- 11:36 Tipy pro lepší výkon kampaní
- 15:25 Aktivace Meta Ads krok za krokem
- 24:22 Na co si dát při aktivaci pozor

Tipy pro lepší výkon kampaní

Aby Kampaně pracovaly, jak nejlépe umí, máme pro vás následující tipy:

Dejte kampani čas

Po spuštění prochází Meta Ads takzvanou **fází učení**. V tomto období systém sbírá data a zjišťuje, kteří uživatelé na reklamy reagují nejlépe nebo které produkty mají největší potenciál.

Proto doporučujeme:

- nechat kampaň běžet delší dobu bez častých změn,
- hodnotit výsledky v souvislosti s marží i celkovým obratem,
- zkontrolovat kvalitu produktových fotografií, názvů a cen,
- propagovat především produkty, které jsou skladem a dávají ekonomický smysl.

Časté zásahy nebo předčasné vypnutí kampaně mohou proces učení zpomalit.

Než reklamu spustíte, zkontrolujte svůj e-shop

Ani nejlepší reklama sama o sobě nezaručí úspěch. Pokud zákazník po prokliku narazí na nepřehledný e-shop nebo nedostatek informací, pravděpodobnost dokončení nákupu klesá.

Před spuštěním kampaně proto doporučujeme zkontrolovat:

- kvalitní fotografie produktů,
- srozumitelné názvy a popisky,
- konkurenceschopné ceny,
- dopravu, dobu doručení a možnosti vrácení,
- mobilní verzi e-shopu,
- kontaktní údaje, recenze a další prvky budující důvěru.

Čím kvalitnější bude váš e-shop, tím větší šanci mají reklamy přivést skutečné objednávky.

Přečtěte si další tipy, jak co nejlépe využít potenciál Shoptet Kampaní.

Google Ads, nebo Meta Ads?

Nejde nutně o rozhodnutí, který kanál je lepší. Google Ads často oslovují zákazníky ve chvíli, kdy už **konkrétní produkt aktivně hledají**. Meta Ads naopak dokážou představit vaše produkty lidem, kteří je **zatím nehledají, ale mohou je zaujmout**. Právě proto se oba kanály často dobře doplňují a mohou zákazníka oslovit v různých fázích jeho nákupního rozhodování.

V rámci Shoptet Kampaní můžete **využívat Google Ads i Meta Ads současně**. Nastavení obou typů kampaní je velmi podobné a jejich správu najdete na jednom místě.

Komentář a tipy od performance specialisty Ľuboše Vaníka ze Shoptetu:

Nejde o otázku výběru jedné platformy na úkor druhé. Google Ads, zejména kampaně ve vyhledávání, nákupní kampaně a Performance Max, jsou skvělé pro zachycení nákupního záměru uživatele. Uživatel sám napíše, co hledá, a vy mu ukážete produkt přesně ve chvíli, kdy je připravený nakoupit. Háček je v tom, kolik lidí je v danou chvíli připravených nakoupit.

Podle pravidla 95:5, které popsali profesor John Dawes z Ehrenberg-Bass Institute, aktivně řeší nákup přibližně 5 % vašich potenciálních zákazníků. Zbývajících 95 % dnes nic nekupuje, ale v budoucnu bude. A když ten moment přijde, podle Dawese sáhnou po značkách, které už mají v paměti.

A právě k těmto 95 % se dostanete přes Meta Ads. Na Facebooku a Instagramu nečekáte, až vás někdo vyhledá, ale sami si vybíráte, komu se zobrazíte. Meta má navíc o svých uživateli obrovské množství signálů, takže dokáže vaše produkty ukázat těm správným lidem.

Je však klíčové nastavit si správná očekávání. Od těchto kampaní nemůžete čekat stejnou okamžitou návratnost (ROAS) nebo konverzní poměr jako u Google Ads. Není potřeba je vnímat jako nástroj pro okamžitý prodej, ale jako strategickou investici do budování povědomí a budoucí poptávky.

Spoléhat se pouze na zachytávání existující poptávky může být z dlouhodobého hlediska nebezpečné. Když jsem pracoval jako Google Ads Account Manager, spravoval jsem účty klientů, kterým až 70 % objednávek přicházelo z placené reklamy. Zásadní problém byl v tom, že jejich objednávky z neplacených zdrojů neustále klesaly. Důvodem bylo, že se vůbec nevěnovali budování povědomí o své značce a produktech, takže je zákazníci přirozeně nevyhledávali.

A právě to můžete efektivně dělat v Meta Ads. Ačkoli se často říká, že Meta o nás ví víc než my sami, pro inzerenty je to obrovská výhoda. Díky těmto datům a pokročilým algoritmům můžete například prostřednictvím publik Advantage+ v Shoptet Kampaních zobrazit své produkty přesně těm správným lidem, kteří si vaši značku zapamatují a později u vás nakoupí.

Pro koho jsou Meta Ads vhodné

Meta Ads v Shoptet Kampaních ocení především e-shopaři, kteří:

- chtějí začít s reklamou na Facebooku a Instagramu,
- nemají vlastního PPC specialistu,
- nechtějí trávit čas složitým nastavováním reklam,
- hledají jednoduchou správu přímo v administraci Shoptetu,
- mají kvalitní produktové fotografie a aktuální nabídku.

Je ale dobré mít na paměti, že **reklama není jediným faktorem úspěchu**. Výsledky ovlivňuje také kvalita e-shopu, nabídka produktů, ceny, marže, rozpočet nebo sezónnost.

Vyzkoušejte Meta Ads v Shoptet Kampaních.

FAQ: Časté otázky

Mohu mít Meta kampaně bez Google?

Ano, Meta i Google kampaně lze provozovat zcela nezávisle. Každou platformu lze samostatně zapnout nebo vypnout.

Mám už vlastní Meta kampaně (přes agenturu nebo samostatně). Mohu spustit Shoptet Kampaně zároveň?

Technicky ano, ale nedoporučuje se to. Pokud mají obě kampaně podobné cílení a produkty, mohou se navzájem rušit a zhoršit celkový výkon. Doporučujeme vlastní / agenturní kampaně dočasně pozastavit a vyzkoušet Shoptet Kampaně samostatně.

<https://blog.shoptet.cz/shoptet-kampane-meta-ads>