

Generování pasivního příjmu v roce 2024



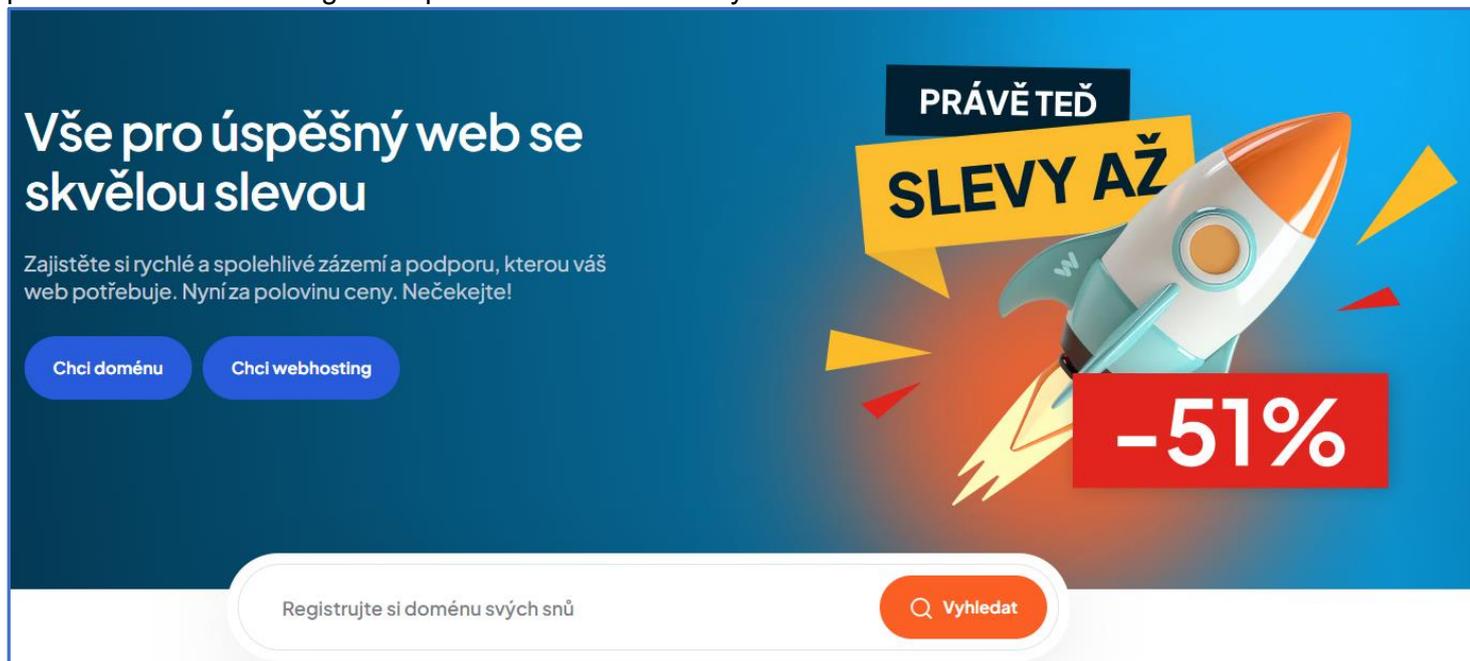
Obsah

Věci potřebné k započítání generování příjmu.....	2
Seznam stránek, kde je potřeba zřídit Váš účet.....	2
Jak vytvořit Vaše webové stránky pro zpeněžení (CMS Joomla! verze 5.1.4)?	3
Jak vytvořit kampaň na TB	4
Problémy, na které jsem narazil během tvorby a schvalování svých kampaní.....	5
Vytvořte novou kampaň následováním těchto kroků:	5
Instrukce pro pole Requirements	6
Důkazní požadavky (Proof Requirement)	6
Země, které do kampaně zahrnout a vyloučit	6
Frekvence kampaně, její rozpočet a časový limit	7
Odeslání kampaně pro schválení	7
Moje kampaň byla schválena, co dál?	7
Kde ověřit úkoly svých kampaní dokončené uživateli?.....	7
Moje kampaně už běží, a Google AdSense už eviduje příjem.	8
Jak získám peníze z běžících kampaní?	8
Důkaz, že byla částka připsána na bankovní účet.	9
O čem psát, aby se mi to vyplatilo?	9
Jak získat kvalitní obsah pro webové stránky?	11
Nejvyšší CPC obvykle mají.....	11
Příklady témat pro tvorbu článků zaměřené na vysoké CPC	12
Legal Services: (CPC \$20-\$100+)	12
Finance and Investment: (CPC \$10-\$50+)	12
Health and Medical: (CPC \$5-\$30+)	13
Real Estate: (CPC \$10-\$30+).....	13
Business Software and SaaS: (CPC \$10-\$40+)	13
Education: (CPC \$5-\$25+)	14
Automotive: (CPC \$5-\$20+)	14
Home Improvement and Construction: (CPC \$5-\$15+)	15
Tech Gadgets and Reviews: (CPC \$3-\$15+).....	15
Travel and Tourism: (CPC \$2-\$15+).....	15
Cryptocurrency and Blockchain: (CPC \$5-\$20+)	16
Home Decor and Interior design: (CPC \$3-\$10+).....	16
Luxury Goods and Services: (CPC \$5-\$15+).....	16
E-commerce and Retail: (CPC \$3-\$10+)	17
Fitness and Wellness: (CPC \$3-\$10+).....	17
Výnos z AdSense závisí na několika faktorech	18
Jak tedy docílit vysoké návštěvnosti za minimálních nákladů?	18
Video kurz - kapitoly	20
Závěrem	20



Věci potřebné k započítí generování příjmu.

- 1) Budete potřebovat zakoupit doménu anebo více domén. Můžete také použít jiné, již zaregistrované a zakoupené domény které jsou zatím nevyužité, pro vytvoření Vaší webové stránky / Vašich webových stránek.
- 2) Budete také potřebovat nějaký webhosting, kde budete Váš web provozovat. Pro zakoupení webhostingu a domény můžete použít tyto odkazy <https://t.ly/yUOIk> či <https://t.ly/lp3oz> (referenční odkazy), anebo jinou preferovanou webhostingovou společnost dle Vašeho výběru.



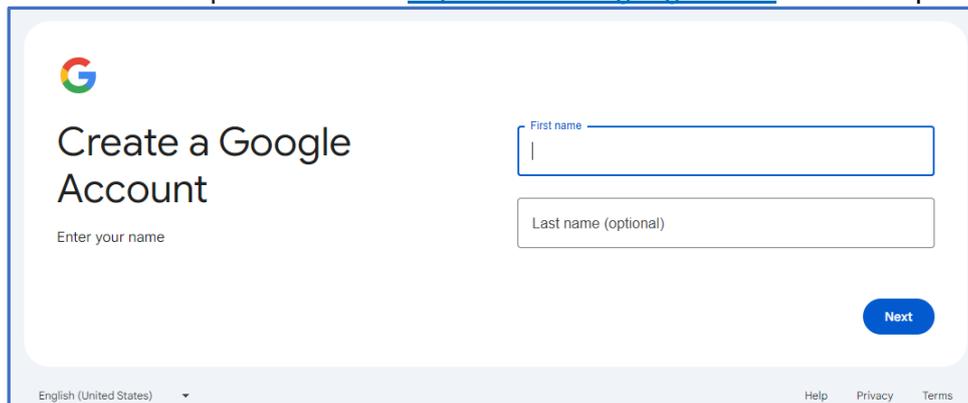
The banner features a dark blue background with a rocket launch illustration on the right. Text on the left reads 'Vše pro úspěšný web se skvělou slevou' and 'Zajistěte si rychlé a spolehlivé zázemí a podporu, kterou váš web potřebuje. Nyní za polovinu ceny. Nečekejte!'. Below this are two buttons: 'Chci doménu' and 'Chci webhosting'. On the right, a yellow banner says 'PRÁVĚ TEĎ SLEVY AŽ' and a red box shows '-51%'. At the bottom, there is a search bar with the text 'Registrujte si doménu svých snů' and a 'Vyhledat' button.

Obrázek 1 - Možnost registrace webhostingu včetně domény

- 3) Já osobně používám multihosting pro více domén v jednom plánu, což se mi vyplatí a vrátí bez problémů po první výplatě. Plán webhostingu lze u tohoto poskytovatele kdykoliv navýšit/ponížít.

Seznam stránek, kde je potřeba zřídit Váš účet

- 4) Google (Google AdSense). Jen si vytvořte Google účet, který bude mít přístup ke všem ostatním Google službám. Dostupné na adrese <https://adsense.google.com/> anebo na portálu <https://www.gmail.com>.



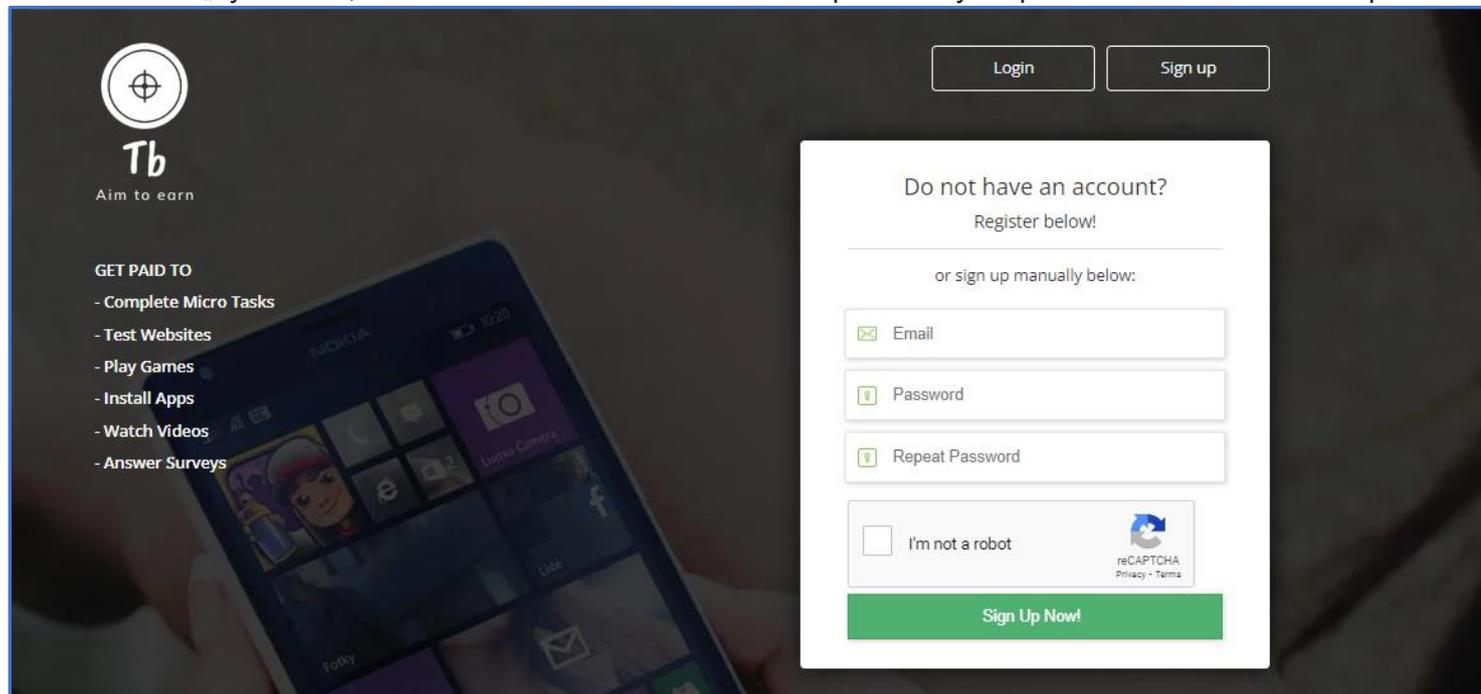
The screenshot shows the 'Create a Google Account' page. It features the Google logo at the top left. The main heading is 'Create a Google Account' with the subtext 'Enter your name'. There are two input fields: 'First name' and 'Last name (optional)'. A blue 'Next' button is located at the bottom right. At the bottom left, there is a language dropdown menu set to 'English (United States)'. At the bottom right, there are links for 'Help', 'Privacy', and 'Terms'.

Obrázek 2 - Registrace nového Google účtu na stránce accounts.google.com

- 5) TB – portál pro vytváření či provozování kampaní. <https://t.ly/hR670> (referenční odkaz). Pro provoz Vašich kampaní můžete získat finanční prostředky také dokončováním úkolů (kampaní) jiných uživatelů, pokud si přejete začít s co možná nejnižším rozpočtem na Vaše kampaně. Je to volitelné, ale peníze takto získané



budete chvíli „vydělávat“, než budete mít dostatečné finanční prostředky na provozování vlastních kampaní.



Obrázek 3 - Registrační obrazovka na portál TB

- 6) Wise – mezinárodní banka [volitelně], umožňující nejlepší směnný kurz po celém světě. Můžete se zaregistrovat na adrese <https://t.ly/gceUC> (referenční odkaz). Jejím prostřednictvím můžete být placeni jak z Google, tak z TB.

Jak vytvořit Vaše webové stránky pro zpeněžení (CMS Joomla! verze 5.1.4)?

- 7) Pořídte si webhosting u <https://t.ly/lp3oz> (referenční odkaz) či jinde, uhradte náklady na webhosting i doménu.
- 8) Poté se přihlaste do administrace webhostingu přihlašovacími údaji, které Vám byly zaslány na e-mail.
- 9) Vytvořte si účet pro FTP (pro nahrání dat na Vaši webovou stránku), MySQL databázi (mající charset: utf8mb4, a collation: utf8mb4_general_ci) a účet pro přístup k této databázi jako takové.
- 10) Pomocí FTP účtu nahrajte do kořene FTP serveru Vaší domény instalační soubory pro redakční systém. Za tímto účelem lze použít například Total Commander, anebo webovou aplikaci „NetFTP“, prostřednictvím které se připojíte na FTP server Vaší domény a nahrajete na něj zabalený instalační balíček Joomla!, do složky public_html/www a po dokončení nahrání lze v aplikaci NetFTP soubor vybrat a zvolit že jej chcete rozbalit do stejného místa.
- 11) Jiní poskytovatelé webhostingu mohou mít kořenový adresář jejich webhostingu pojmenovaný/umístěný jinak.
- 12) Po nahrání rozbaleného balíčku (instalačních souborů), otevřete ve webovém prohlížeči webovou stránku mající v adrese Vaši doménu. Např. www.mojedomena.cz.
- 13) Vyplňujte položky v instalačním formuláři do té doby, než se podaří redakční systém úspěšně nainstalovat. Jde zejména o reálné jméno a příjmení Super Admina, jeho email, heslo a přihlašovací údaje a název databáze pro instalaci redakčního systému.
- 14) Po dokončení instalace nezapomeňte smazat z kořene FTP serveru složku „installation“ (Joomla! 5.1.4).
- 15) Do administrace redakčního systému se můžete dostat otevřením adresy <http://www.mojedomena.cz/administrator> v webovém prohlížeči který používáte.
- 16) V administraci si vytvořte názvy kategorií, na které chcete směřovat – více viz. video, a tyto kategorie vnořte pod kategorii „Articles“ kterou rovněž vytvořte, aby bylo později možné tyto kategorie zobrazovat přímo na webu, a zajistilo se tak dostatečné prolinkování obsahu na Vaší doméně. Každá z kategorií by měla mít rovnou i vlastní popisek, které bude dostatečně popisné a dlouhé. Popisek lze získat z <https://chat.openai.com/>. Více info, viz. níže či video.
- 17) Vytvořte si webovou stránku s alespoň 4-5 stránkami s obsahem (Domácí stránka, Podmínky použití, Kontaktní údaje, Reference, ...). Zajistěte, že Vaše webové stránky budou mít dostatečné množství kvalitního textového obsahu, v opačném případě může portál Google AdSense odmítnout schválení Vaší stránky pro zobrazování reklam (bannerů) jejich klientů. Tipy na obsah viz. dále v textu.
- 18) Nejjednodušší způsob vytvoření kvalitního textu je například za použití nástroje ChatGPT na URL <https://chat.openai.com/>, kde po zadání jednotlivých klíčových slov dojde k vygenerování textových článků. Tyto články lze využít právě v těch webových stránkách. A to formou nadpisů, popisků obrázků ale i odstavců jako



takových. Pro použití je potřeba se buď zaregistrovat, anebo použít dříve vytvořený účty od Google.com, Microsoft.com anebo Apple.com.

- 19) Nejvíce efektivnější způsob pro tvorbu webových stránek za tímto účelem je použití některého používaného CMS (redakčního systému) jako je například právě Joomla!. Pokud se rozhodnete používat redakční systém, bude se Vám v případě potřeby aktualizovat (a také přidávat) obsah webu opravdu snadno a rychle. Třeba ve chvíli, kdy bude Váš web zamítnut od Google AdSense s důvodem, že nemá dostatečné množství kvalitního textu. V takovém případě bude daleko jednodušší do některého z článků přidat další text, či vytvořit článek zcela nový.
- 20) Ještě je potřeba přidat hotovou webovou stránku do indexu vyhledávače Google.com. To se provede odesláním seznamu stránek na doméně (sitemap.xml) – lze vygenerovat např. na adrese <https://www.xml-sitemaps.com/>.
- 21) Výsledný soubor pak uložit do kořenového adresáře webu. Jinou alternativou je použití komponenty zdarma.
- 22) Poté otevřít webovou adresu <https://search.google.com/search-console?> A zde přidat Vaši doménu. To proběhne ověřením vlastnictví – DNS záznamem (viz. nastavení TXT záznamu u registrátora, u nějž máte registrovanou doménu), meta tagem anebo souborem – viz. video.
- 23) Poté v části „Sitemaps“ zadat adresu včetně celé domény odkazující na nahraný/existující soubor sitemap.xml. Po odeslání bude trvat několik dnů, než si Google odkazy v souboru sitemap.xml vloží do výsledků vyhledávání. Bez toho, aby byla stránka „viditelná ve výsledcích vyhledávání“ nemůžete vytvořit kampaně – postup viz. video.
- 24) Po dokončení Vašeho webu se přihlaste na portál Google AdSense <https://adsense.google.com/> za použití Vašich Google přihlašovacích údajů, a přidejte Vaši doménu do části Sites/Domény.
- 25) Musíte získat kód z Google AdSense (unikátní pro každou z Vašich domén) a vložit jej do zdrojového kódu na každé stránce domény. Získaný kód bude vypadat nějak takto:

```
<script async src="https://pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js?client=ca-pub-8397928596118556" crossorigin="anonymous"></script>
```

Tento kód patří do každé domény zvlášť a musí se vložit do tzv. „hlavičky“ Vaší stránky. Červeně zvýrazněné identifikační číslo zveřejňovatele reklam je unikátní pro každou doménu, a toto číslo s kódem Vám vygeneruje právě Google AdSense.

- 26) Poté je třeba požádat o ověření webu, zda je použitelný pro zobrazování reklamních bannerů – to může trvat i v řádů dnů či týdnů. Opět nezbyvá než počkat.
- 27) Ve stejné části Google AdSense, je ještě potřeba si pro každou doménu stáhnout obsah souboru ads.txt, který souvisí se stejnou doménou a nahrát jej do kořenového adresáře stejné domény. Stejně místo, kde se nacházejí soubory sitemap.xml, index.html anebo index.php (obvykle hlavní stránka webu). Poté požádat o ověření existence souboru ads.txt. Může to trvat i pár hodin, buďte proto trpěliví.
- 28) Jakmile bude web schválen pro zobrazování bannerů, je třeba ještě na portálu Google AdSense v části Ads nastavit, kolik reklam se na té, které stránce bude zobrazovat. Ikonka tužičky na řádku s doménou. Hodnota „Auto-Ads“ by měla být ve stavu „On“, „Page exlusions“ by mělo být vypnuto, a vše nastaveno tak, aby se reklam na stránkách zobrazovalo co možná nejvíce.
- 29) Ještě ověřte, zda se na webu opravdu reklamy zobrazují (pozor na zapnutý Ad-Block, který by zobrazování bannerů mohl blokovat). Případně stránku po zapnutí reklam otevřít v Incognito režimu (prohlížeč MS Edge jej nazývá „Private mode“).
- 30) Tímto jsou webové stránky připravené pro jejich monetizaci.

Jak vytvořit kampaň na TB

- 31) Abyste mohli vytvořit kampaně, je nejprve nutné, aby byl Váš TB účet schválen (za použití Vašeho státem vydaného identifikačního průkazu).
 - a. Verifikace probíhá tak, že si vytisknete na papír název TB, kde rovněž před tento výtisk umístíte Váš obličej, shodný s tím na státem vydaného identifikačního průkazu a uděláte fotografii, kterou na TB zašlete.
 - b. Můžete také nahrát naskenovaný státem vydaný Občanský průkaz (řidičák, pas, anebo studentský průkaz – vše obsahující Vaše jméno a příjmení, stejně jako datum narození), anebo použít Váš ověřený Facebookový profil – stačí odkaz na něj. Takový profil nesmí být „Private“ a musí být veřejně dostupný. Rovněž ten profil musí být alespoň 1 rok starý.
 - c. Jméno a Příjmení v obou případech musí odpovídat hodnotám nastaveným v profilu uživatelského účtu na TB portálu. Verifikace proběhne během 3 – 4 pracovních dnů. Pokud máte ve jméně či příjmení písmena s diakritikou, napište své jméno a příjmení bez nich. Namísto „Miloš Červený“ napíšete „Milos Cerveny“, protože portál TB zatím nepodporuje diakritiku a zobrazovaly by se otazníky. To samé se týká i adresy.
- 32) Dále potřebujete mít dostatečné množství peněz na Vašem TB účtu pro placení uživatelům, kteří budou plnit úkoly z Vašich kampaní. V každé kampani je zvolena výše odměny za pokus, který uživatelům bude připsán na



jejich účet po splnění úkolu z Vaší kampaně. Samozřejmě můžete sami začít plnit úkoly z kampaní jiných, což Vám plynule pomůže začít bez nějakého zásadnějšího kapitálu (s výjimkou Vašeho vlastního času) - <https://t.ly/hR670>.

- 33) Pro nabití svého verifikovaného účtu pro odměny uživatelům, můžete použít Platební Kartu, Payeer, Bankovní Převod. Délka doby převodu financí záleží na zvoleném způsobu převodu finančních prostředků.
- 34) Nejnižší částka pro platbu je 10USD\$.
- 35) Po přihlášení se k Vašemu verifikovanému účtu, můžete zaslat peníze zde: Advertise/Funds/Add Funds za použití některé z následujících metod platby:
 - LITECOIN
 - BITCOIN
 - CREDIT CARD / APPLE PAY / GPAY
 - BANK TRANSFER
 - AIRTM
 - PAYEER
- 36) Někdy dělá TB také akce, že k penězům poslaným na účet pro reklamy přidá pár procent navíc. Můžete také plnit úkoly (kampaně) ostatních uživatelů a za jejich dokončení můžete dostávat peníze, které převedete na svůj bankovní účet (poté co budete mít v peněžence více než 5\$, kdy se tato částka automaticky vyplácí každou středu), anebo si zvolíte, že peníze získané plněním úkolů (kampaní někoho jiného) si budete převádět rovnou do „Ad Balance“ – tedy rozpočtu pro vyplácení uživatelů, kteří budou plnit Vaše kampaně. Je to ale spíše časově náročné, a ne tak efektivní.

Obrázek 4 - Prostředí TB portálu, počet kampaní a stav Ad Balance spolu s Wallet zůstatkem

Problémy, na které jsem narazil během tvorby a schvalování svých kampaní.

- 37) Klikněte na položku Advertise v horním menu.
- 38) Před vytvářením Vaší kampaně, si přečtěte následující článek <https://t.ly/t5ocN>, předtím, než odešlete kampaň ke schválení, neboť to bude zdržovat nejen Vás samotné, ale i moderátory, kteří kampaně prověřují a schvalují.
- 39) Zvolte správný počet kroků, které očekáváte, že by měl uživatel portálu TB provést před odesláním dokončené kampaně podle návodu uvedeného na adrese výše. Každý krok vyžádaný ve Vaší kampani povede k navýšení ceny za 1 bid/cenu Vaší kampaně. Pokud si přejete, aby uživatel plnící Vaši kampaň zůstal na Vaší stránce 3 minuty, musíte do Vaší kampaně přidat 3x položku „Stay on a page per 1 minute“.
- 40) Ujistěte se, že veškeré informace a instrukce jsou pro uživatele kteří budou plnit Vaši kampaň na TB popsány jasně, stručně a srozumitelně.
- 41) V instrukcích kampaně jasně a zřetelně popište, jak vypadá název Vaší domény (uvedte, zda v sobě obsahuje pomlčky, akcentovaná písmena, anebo nikoliv). Zajistíte tím lepší skóre od uživatelů, kteří instrukce příliš neřeší a pak by na Vás chtěli vznášet nějaké spory, kvůli tomu, že nedodali správný důkaz dokončení kampaně. Pokud existuje název webové stránky mající podobnou doménu (třeba s pomlčkami), a to i přesto, že jste použili nějaký zkracovač URL adresy, vůbec se nebojte v takovém případě odmítnout nesprávně dokončenou kampaň, neboť byste jinak platili za kampaň, která by Vám nepřinesla vlastně vůbec nic.
- 42) Nepište instrukce pro splnění kampaně příliš komplexní a dlouhé, protože to bude uživatele portálu TB odrazovat od spuštění a splnění Vaší kampaně. Napište je ale dostatečně pochopitelné a jasné.

Vytvořte novou kampaň následováním těchto kroků:

- 43) Za použití Google vyhledávače si najděte svoji vlastní doménu (proto musela být vložena prostřednictvím Google Search Console do výsledků vyhledávání Google), za použití dotazu pro výpis stránek jen z Vašeho webu: (například takto: [site:platinove-stranky.cz](https://t.ly/hR670)).



- 44) Klikněte kurzorem myši do aktuální URL adresy ve webovém prohlížeči a zkopírujte si cestu celé URL adresy. Zanechtejte ve zkopírované adrese jen první část URL adresy a odstraňte veškeré ostatní atributy, které nejsou potřebné pro Vaši kampaň.
- 45) První popsaný krok bude vypadat nějak takto:
https://www.google.com/search?q=site%3Aplatinove-stranky.cz&newwindow=1&sca_esv=4e4a8a2bdz=1C11&sxsrf=ADLYWII5A0iF9-4YbOFgWyFeQLEqpRw2lQ%3A1727959641717&ei=WZL-ZtWfK-Li7_UPh9OxMQ&ved=0ahUKEwiVsiWIn_KIAxVi8bslHYdpLAYQ4dUDCA8&uact=5&oq=site%3Aplatinove-stranky.cz&gs_lp=Egxnnd3Mtd2l6LXNlcnAiGxNpdGU6cGxhdGlub3ZlXlN0cmFua3kuY3plmFNQoSpYmUxwAXgAkAEAmAFKoAH3CaoBAJlWuAEDyAEA-AEBmAIAoAIAmAMAIAYBkgcAoAeEBw&scient=gws-wiz-serp – kde červená část odkazu musí být vymazána, a pouze první modrá část bude ponechána a použita: <https://www.google.com/search?q=site%3Aplatinove-stranky.cz>
- 46) Otevřete si jakýkoliv zkracovač URL adres (např. <https://t.ly>) a vytvořte si zkrácenou adresu z předchozí oříznuté URL adresy.

Instrukce pro pole Requirements

- 47) Do pole Requirement instructions sepište jednotlivé kroky, které si přejete provést uživateli TB portálu (instrukce píše jen a pouze v angličtině – lze přeložit například pomocí <https://translate.google.com/>).
- 48) Otevřete odkaz (zkrácená URL adresa vedoucí na Google výsledky vyhledávání z t.ly zkracovače).
- 49) Otevřete odkaz mající ve své adrese pla*****-***anky.cz s 1 pomlčkou (namísto kompletně čitelné a viditelné domény platinove-stranky.cz) – Tímto krokem zabráníte tomu, aby uživatelé otvírali Vaši webovou stránku zadáním čitelného názvu domény přímo, ale aby se na ní dostali pouze přes výsledky vyhledávače.
- Google AdSense i Google Analytics tak budou předpokládat, že na Váš web uživatelé přišli z výsledků vyhledávání, tzv. organicky (přirozeně).
 - Délka „skrytého názvu“ včetně hvězdiček musí odpovídat celému názvu domény, abyste nemátli uživatele.
 - 1 hvězdička v instrukcích je použita namísto 1 znaku, který v instrukcích kampaně skryje kompletní čitelný název domény, na níž běží web s bannery.
 - Opět je v instrukcích nutné zmínit, zda doména ne/obsahuje pomlčky (ochrana proti podobným doménovým jménům), tečky, akcentované znaky (ě,š,č,ř,ž,ý,á,í,é,ú,ů,ť,ď,ň, ...).
- 50) Otevřete na mém webu jednu stránku a zůstaňte na ní alespoň 1 minutu.
- 51) Otevřete z navigačního menu další stránku na mé doméně, a opět na ní zůstaňte alespoň 1 minutu.
- 52) Neotevírejte je v novém okně nebo záložce prohlížeče. Otevřete jednu stránku a po minutě další stránku, třeba za použití menu anebo jiného odkazu viditelného na mém webu.
- 53) Na druhé stránce naleznete reklamní banner, který Vás zaujal, a klikněte na něj.
- 54) Zůstaňte na stránce inzerenta alespoň 1 minutu.
- 55) Na stránce inzerenta navštivte ještě stránku About Us/Contacts a na ní zůstaňte další 1 minutu.

Důkazní požadavky (Proof Requirement)

- 56) Napište následující kroky pro uživatele. Jedná se o instrukce, jimiž mají potvrdit, že Vaši kampaň opravdu splnili dle požadavků, a nedochází k jakýmkoliv podvodům:
- Nahrajte screenshot mého blogu, který jasně zobrazuje banner, na který se chystáte kliknout a také jasně viditelné a čitelné datum a čas Vašeho zařízení zobrazené latinkou (tj. nikoliv arabské anebo jiné nečitelné znaky, jako je např. čínština, ruština atd.).
 - Jako textový důkaz vložte první odstavec anebo text, který je zobrazen na webových stránkách, na které jste se dostali po kliknutí na reklamní banner. Tento text vložte do pole Text Proof. (pozor na portál TB, který nepodporuje jiné znakové sady, a proto se, zde mohou zobrazit třeba otazníky anebo jiné nelatinské znaky. Uživatelé obvykle zrovna v tomto nepodvádějí).
 - Tyto dva důkazy musí být v souladu, jinak nebude Vámi odeslaný úkol splněn, a schválen.
 - Jako Text Proof nevkládejte odkaz na inzerentovu stránku z banneru (ke konci obvykle obsahuje „&gclid=....“).
 - POZNÁMKA: Nenahrávejte jako Image Proof historii Vašeho webového prohlížeče anebo jakýkoliv jiný zmenšený obrázek, kde nejsou požadované informace dostatečně čitelné, neboť tyto nebudou schváleny rovněž.
 - Veškeré odeslané úkoly jsou vždy manuálně kontrolovány.

Země, které do kampaně zahrnout a vyloučit

- 57) Vyberte si země, pro které plánujete spustit tuto kampaň. Na základě zvolených zemí, se bude měnit částka odměny uživatelů z těchto zemí. Pokud budete kampaň směřovat na země jako Kanada, Austrálie, Rakousko, ... bude částka odměny za kampaň příliš vysoká. Ale když zacílíte na země jako Nepál, Kenya, Alžír, Jižní Afrika, Pakistán, ... částka za odměnu bude opravdu nízká. To je přesně to, čeho chcete docílit. To vše lze změnit v rozbalovacím menu Inclusion and Exclusion hned zcela nahoře konfigurace kampaně. Nastavte ceny odměn co možná nejnižše můžete, a to odebráním pro Váš rozpočet příliš drahých zemí.



58) Čas od času se vraťte ke svým kampaním, a zkontrolujte si, jestli se odměna za splnění úkolu nezměnila – nenavýšila. K tomu obvykle dochází tím, že byly do seznamu použitelných zemí přidány další země, které mají cenu za splnění kampaně vyšší, a to i přesto, že třeba ještě nejsou registrovaní jakýkoliv uživatelé na portálu TB. V takovém případě ty země opět odebrat – stabilně udržujte co možná nejnižší cenu pro uživatele, kteří splní Vaši kampaň, pro co možná nejvyšší zisk.

Frekvence kampaně, její rozpočet a časový limit

- 59) Nastavte frekvenci kampaně a také Váš rozpočet na kampaň, který pro kampaň chcete použít.
- 60) Pokud nastavíte rozpočet na 0, kampaň pojede tak dlouho, dokud budete mít „Ad Balance“ - dostatečné finanční prostředky, anebo dokud jí nezastavíte v seznamu kampaní.
- 61) V kampani se také nastaví doba, kterou má k dispozici majitel kampaně pro schválení dokončených a odeslaných úkolů. Já obvykle používám hodnotu 12 hodin, což mi umožní mít dostatek času pro schválení či zamítnutí odeslaného úkolu. Pokud bude tato hodnota příliš nízká, bude sice kampaň pro uživatele více zajímavější (rychlé peníze, žádné dlouhé čekání pro kontrolu a schválení). Ale pokud někdo z uživatelů zašle nesprávný důkaz o provedení úkolů dle instrukcí, budou jim odměny za provedení kampaně automaticky připsány, když tento čas pro schválení překročíte či nedodržíte.
- 62) Nahrajte také nějaký zajímavý obrázek ke kampani, tak aby vypadala zajímavě a vedla uživatele k tomu, aby si šli přečíst další informace o této kampani a začali kampaň plnit.
- 63) Také na základě času, který mají uživatelé plnit Vaši kampaň strávit na webových stránkách, lze nastavit časový limit před odesláním dokončené kampaně tak, aby nedocházelo k podvodům. Pokud je v kampani jedno hledání na Google, zobrazení 2 stránek na mém webu a ještě 2 stránky na webu majitele stránky kam se uživatel dostane po kliknutí na banner, v takovém případě doporučuji nastavit čas před odesláním úkolu z kampaně na 5 minut.
- 64) Takto popsaná kampaň se cenově pohybuje kolem \$0.0150, což dělá v přepočtu přibližně 0,35Kč (20241004).

Odeslání kampaně pro schválení

- 65) Odešlete Vaši kampaň pro schválení některým z TB moderátorů, aby ji mohli zkontrolovat a schválit.
- 66) Pokud nebude kampaň schválena, opravte chyby, které Vám nahlásili v e-mailové zprávě, případně napište zprávu v detailech kampaně před jejím znovu zasláním pro schválení. Může to někdy i chvíli trvat, chce to trochu nervy. Pokud to nejde přímo v dialogu pro tvorbu kampaní, zkuste chat (nachází se ve spodním pravém rohu stránky, obvykle tam někoho z TB najdete). Znovu zaslání ke schválení, až do schválení.

Moje kampaň byla schválena, co dál?

- 67) Obvykle jsou kampaně po schválení ponechány ve stavu Paused. To umožní změnu rozpočtu, anebo frekvence kampaně, pokud je to nutné.
- 68) Klikněte na tlačítko „Resume“, a kampaň se rozeběhne a stav se změní na Running. Na základě jejího žebříčku (závisí na výši odměny anebo zemích které jsou v kampani uvedené), uživatelé začnou pracovat na plnění úkolů (podle frekvence kampaně a počtu odeslání).

Kde ověřit úkoly svých kampaní dokončené uživateli?

- 69) Na TB portálu, otevřete ADVERTISE/Review tlačítko a projděte skrz každou jednu odeslanou položku čekající na schválení (mající stav „Pending Approval“).
- 70) Na základě zadání v kampaních, zkontrolujte, zda byly dodrženy instrukce pro důkaz dokončení kampaně a zda jsou v souladu a nebyly třeba zaslány opakovaně anebo se nejedná o obrázek z jiné než Vaší kampaně, nebo je nesprávný textový důkaz.
- 71) Pokud bylo vše provedeno správně, jednoduše klikněte na tlačítko „Approve“, a uživatel dostane svoji odměnu za splnění úkolu v této kampani.
- 72) Pokud důkazy nejsou v souladu, jednoduše klikněte na tlačítko „Reject“ a zamítněte schválení zasláního důkazu (například nebyly splněny všechny zadané úkoly, anebo byl nahrán nějaký důkaz, naprosto nesouvisející s Vaším webem). V takovém případě nebude uživatel odměněn.
- 73) Někteří uživatelé, kteří byli odmítnuti kvůli jejich špatně splněnému úkolu na Vás mohou podat tzv. „Dispute“ (stížnost), protože obvykle nepochopili kroky, které při plnění úkolu kampaně měli provést. Hlavně se snaží přesvědčit, že oni udělali všechno perfektně, tak proč je jejich práce odmítnuta. Někdy to tak opravdu není, na druhou stranu, ale právě tito uživatelé jsou ti nejlevnější, takže se to občas dá čekat. Jednoduše jim anglicky odpovědět ve smyslu „není to obrázek mého webu“, „Nežádal jsem o historii prohlížeče“, „Nechtěl jsem URL adresu banneru“, „Na obrázku není jasně vidět datum a čas zařízení dle instrukcí“, „nepřál jsem si minifikovaný obrázek, kde nic z požadavků není čitelné“....



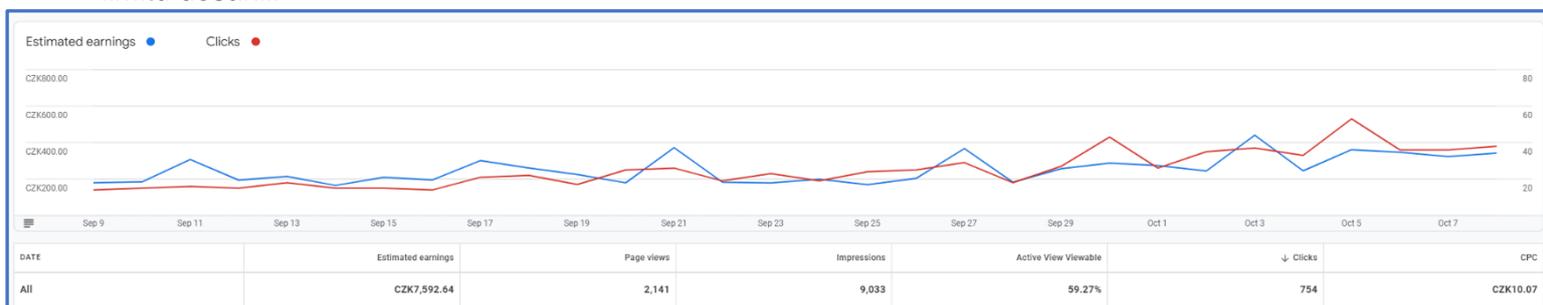
- 74) Doporučuji takové uživatele rovnou blokovat (nebudou tak moct již plnit Vaše další kampaně), abyste si příště ušetřili čas s vysvětlováním toho, co je v instrukcích kampaně a že to není v souladu s tím co dodali oni. Lidí na TB portálu je dost, a tak tímto postupem spíše do budoucna odfiltrujete nekvalitní uživatele, a získáte tak uživatele, kteří budou dávat kvalitnější důkazy než mrhat Vaším časem opakovaným vysvětlováním, co je chybně.
- 75) Nicméně, dejte rovněž pozor i na to, že pokud budete odmítat uživatele obecně (například kvůli snaze o ušetření peněz které by jim jinak měly být vyplaceny), uživatel může kontaktovat TB moderátory, a ti mu mohou zaplatit za dokončený úkol přímo z Vašeho rozpočtu na reklamy. Také to má samozřejmě vliv na Vaší reputaci.
- 76) Neodmítejte dokončené úkoly uživatelů jen kvůli tomu, že nevidíte výsledek jejich úkolu v konzoli AdSense. I mě se přes den částka mění, i přesto, že ranní vlna uživatelů - klikačů na moje kampaně, již opadla.
- 77) U každé kampaně, je kromě výše odměny uživatele za její dokončení také vidět, kolik procent odeslaných úkolů bylo zamítnuto a kolik naopak schváleno. Tyto dva atributy pak také mohou vést k tomu, zda se uživatel rozhodne začít plnit Váš úkol z kampaně, anebo nikoliv.

Moje kampaně už běží, a Google AdSense už eviduje příjem.

- 78) Pokud to tak je, tak pak jste udělali vše skvěle. Nicméně, kdykoliv se můžete podívat zpět do seznamu Vašich kampaní na TB, a upravit počet odeslání za den, a také počet odeslání za hodinu. Samozřejmě můžete také kliknout na tlačítko „Edit“ a změnit instrukce pro Requirement anebo i instrukce pro důkazy. V takovém případě ale počítejte s tím, že budete muset opět počkat, než Vaše kampaň bude schválena a projde na volného moderátora, který to provede. Než se tak stane, upravená kampaň bude opět ve stavu “Pending Approval” (tedy neběží a netvoří zisk).
- 79) Po nějaké době (opravdu to nedělejte příliš rychle – dejte tomu měsíc nebo dva), můžete malinko zvýšit frekvenci kampaně během dne, což povede k tomu, že se zvýší příjem z kliknutí na bannery na vašich webových stránkách v Google AdSense. Například z 1 kliknutí za den na 2 atd.
- 80) Lepší alternativou samozřejmě je, že si zřídíte další webovou stránku (což samozřejmě vyžaduje trochu času a znalostí) – třeba nějakou s dalším dobře placeným tématem, protože Google AdSense i Google Analytics samozřejmě dokáží rozeznat veškeré aktivity spojené s Vašimi webovými stránkami.
- 81) Když navýšíte počet odeslaných úkolů příliš moc a kvapně, můžete dostat od Google AdSense penalizaci a na nějakou dobu se Vám na stránkách přestanou bannery zobrazovat.

Jak získám peníze z běžících kampaní?

- 82) Peníze z běžících kampaní nebudou vypláceny přes portál TB, ale dostanete je zaplacené prostřednictvím Google. K tomu dojde vždy, když docílíte výplatního limitu, a zároveň máte verifikovanou platební metodu.
- 83) Verifikace Vaší platební metody probíhá tak, že na Vámi zvolený bankovní účet pošle Google malou částku a Vy její výši zadáte v Google AdSense. Tato částka bude později odečtena z Vašeho Google AdSense zůstatku.
- 84) Jakmile bude účet ověřen, musíte ještě počkat, než docílíte limit pro výplatu. V České Republice se jedná o částku ve výši 2.000Kč. V každé zemi to může být ale trochu jiné.
- 85) Platba je zasílána Googlem až během dalšího měsíce následujícího po měsíci, ve kterém došlo k docílení limitu pro výplatu. Platba je obvykle zaslána do 24 dnů po začátku měsíce následujícího po měsíci, v němž jste částku limitu dosáhli.



5 - Statistika kliknutí a očekávaných příjmů za 30 dnů. Zobrazen rovněž průměrný CPC ve výši 10,07Kč

- 86) Je také možné, že Google trochu sníží zůstatek na Vašem účtu kvůli tomu, že rozliší návštěvníky Vašeho webu jako neplatné – podvodné. Nicméně, ten zbytek stále stojí za tu Vaši snahu o příjem.



Důkaz, že byla částka připsána na bankovní účet.

87) Po několika malých změnách zůstatku na Google AdSense, (protože byli vyhodnoceni neplatní návštěvníci či jejich nestandardní pohyb na mém webu), moje peníze dorazily na bankovní účet.

Sep 1 – 30, 2024			Ending balance: CZK 6,680.89
Transaction Type	Description	Amount (CZK)	
Earnings	Invalid Traffic - AdSense for Content	-CZK 96.75	
Earnings	Earnings - AdSense for Search	CZK 23.26	
Earnings	Earnings - AdSense for Content	CZK 6,754.38	
Payments	1 Payment	-CZK 3,848.27	
			Starting balance: CZK 3,848.27

6 - Pohyby na AdSense za poslední měsíc

The screenshot shows the Raiffeisen Bank account interface. At the top, there are navigation tabs: Platby, Účty, Karty, Půjčky a hypotéky, and Investice. Below the tabs, there are filters for 'běžný' and 'CZK'. A message reads: 'Seznamte se s výhodami povoleného debetu k vašemu účtu'. The 'Historie pohybů' section shows two transactions from 'GOOGLE IRELAND LIMIT' on 23.10.2024 and 24.09.2024, both with amounts of +6,680.89 CZK and +3,848.27 CZK respectively.

Date	Description	Amount (CZK)
23. 10. 2024	GOOGLE IRELAND LIMIT 2050740209/2600	+ 6 680,89 CZK
24. 09. 2024	GOOGLE IRELAND LIMIT 2050740209/2600	+ 3 848,27 CZK

7 - Příchozí platby za předchozí měsíce

88) Pokud chcete mít vyšší příjem, pak si vytvořte více webových stránek a vytvořte si nové kampaně na TB. Bude se to v očích Google tvářit více přirozeněji, než když budete mít jen jednu či dvě stránky a budete zvyšovat počet zobrazení kampaně na TB za jeden den. Díky tomu můžete během měsíce získat pěkný pasivní příjem v řádech stovek dolarů.

O čem psát, aby se mi to vyplatilo?

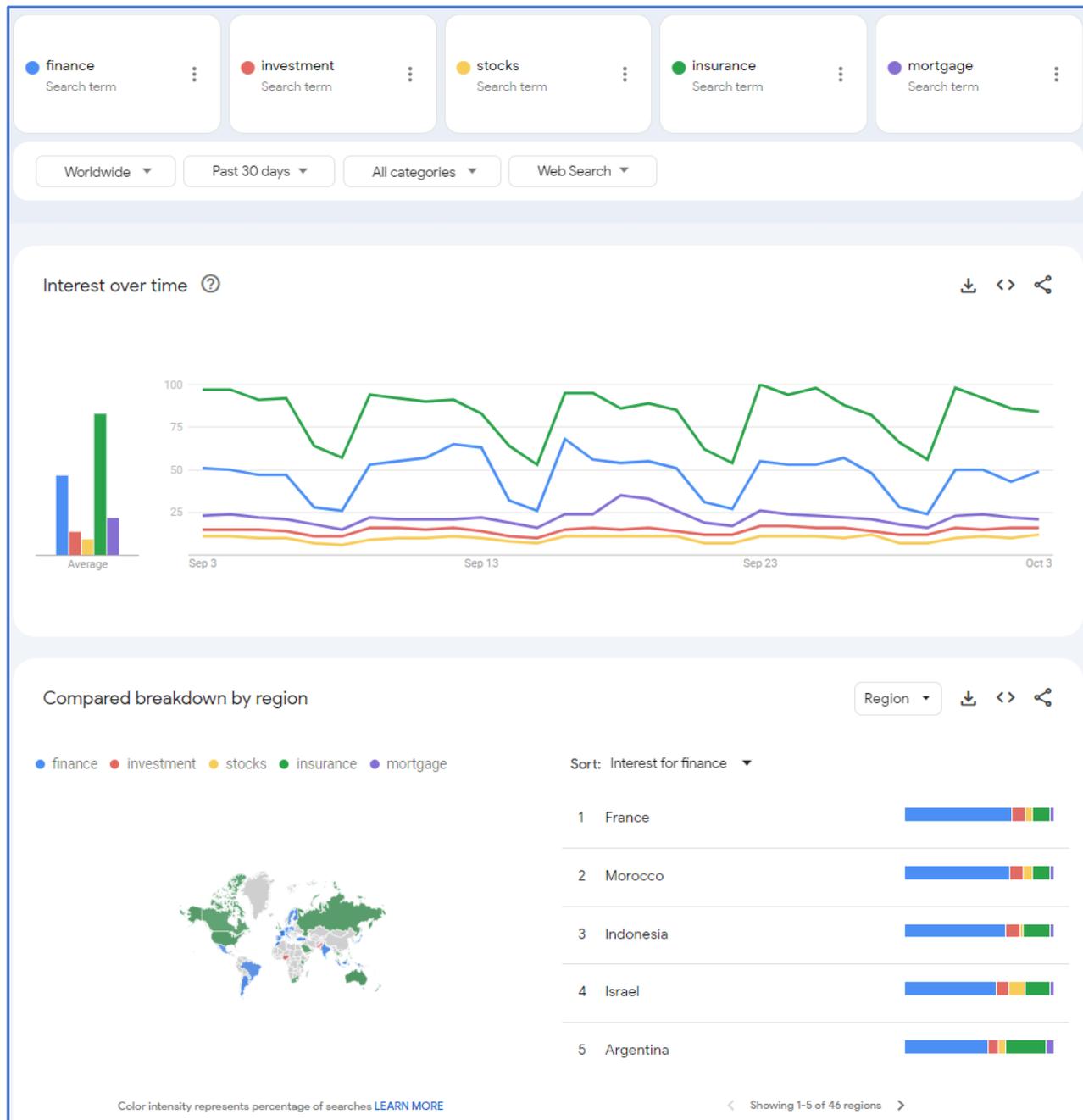
89) Aby se Vám monetizace webových stránek opravdu vyplatila, je potřeba se zaměřit na kvalitní obsah webových stránek, který se týká některého z hodně hledaných témat. To zajistí velkou konkurenci inzerentů o Váš inzertní prostor, a tedy velkou odměnu za proklik u takového reklamního banneru či odkazu. V souvislosti s nízkými náklady na uživatele z TB, to bude generovat Váš zisk.

90) To, které z vyhledávaných frází aktuálně nejvíce frčí, lze ověřit třeba na adrese <https://trends.google.com>. Nezapomeňte také změnit region na celosvětový „Worldwide“, protože kampaně nebudou jen pro jednu zemi, ale pro ty země, které byly zadány v konfiguraci kampaně na TB. Rovněž nastavte dostatečnou dobu pro zobrazení.



91) hodnot grafu (tedy nejen za dnešek, ale třeba za **posledních 30 dnů, posledních 12 měsíců, ...**). Slova zadávejte v angličtině. Slovo pro srovnání lze ale zadat **maximálně 5**.

92) Postupně vkládejte hledané fráze z oboru s vysokým CPC, a když narazíte na nějakou, která na grafu téměř není vidět (nalepená na osu X), jednoduše ji nahradte jinou s vyšší hledaností. Takto zkoušejte fráze do té doby, než získáte vysoce konkurenční hledané fráze, a právě na ně se zaměřte se psaním Vašich článků.



8 - Srovnání četnosti hledání frází za posledních 30 dnů (v procentech) – zdroj: <https://trends.google.com>



Jak získat kvalitní obsah pro webové stránky?

- 93) A když už budete mít nejhledanější frázi – téma pro článek či web, použijte na to web ChatGPT - <https://chatgpt.com/?oai-dm=1> a do něj napište něco jako následující tučně zvýrazněné dotazy (bez uvozovek):
- „**Give me 20 topics for the content about Insurance**“ – pro vygenerování 20 témat, související s pojištěním. Každé téma lze použít jako zdroj pro nový článek (za použití následujících dotazů).
 - „**8 paragraphs about Life Insurance each 1200 characters long**“ – pro vygenerování textového obsahu o Životním Pojištění, který vytvoří 8 odstavců, každý o délce 1200 znaků.
 - „**2 sentences long Subtitle below Life Insurance heading**“ – pro vygenerování podtitulku o délce 2 vět pro umístění pod hlavní nadpis o Životním Pojištění.
 - „**20 paragraphs about Terms of use for Personal Information processed by Insurance Company Health & Inc.**“ – pro vygenerování Podmínek pro zpracování osobních údajů, které bude zpracovávat společnost Insurance Company Health & Inc.
 - „**10 comma-separated key words related to finance and insurance not bullets**“ – vrátí 10 klíčových slov, které nejsou v odrážkách, ale jsou odděleny čárkami. Ty se dají použít pro obsah tagu: `<meta name="keywords" value="Risk, Premium, Liability, Actuary, Underwriting, Deductible, Dividend, Investment, Portfolio, Reinsurance" />`
 - „**Meta tag description about Life Insurance length up to 160 chars**“ – vrátí popis, který se zobrazuje ve výsledcích vyhledávání pod titulem stránky. Pro použití v kódu lze výsledek upravit takto: `<meta name="description" value="Get comprehensive life insurance coverage for medical expenses, doctor visits, and hospital stays. Protect your life, and finances with reliable plans." />`
- 94) Takže nyní již není potřeba vymýšlet nějaký obsah, jde jednoduše o to, vědět, jak se správně ChatGPT zeptat na vygenerování obsahu. Když budete psát dotazy na ty vysoce hledané fráze, bude to mít vyšší zisk, než když budete vytvářet webové stránky jen podle názvu domény, tak, jak jsem to neefektivně a chybně dělal zpočátku i já sám.
- 95) To že se doména jmenuje prace.com, ještě neznamená, že její obsah musí být opravdu o pracovních inzerátech. Když na takovou doménu vložíte obsah o Zdravotním Pojištění, bude Vám taková doména generovat daleko více peněz, než když na té stejné doméně budou pracovní inzeráty. A to proto, že Pojišťovnictví je více konkurenčnější než „hloupé pracovní portály“.
- Samozřejmě, pokud by možnost zveřejnit pracovní pozici byla placená služba, mohlo by to být úplně jinak.
- 96) S ohledem na to, že kampaně nejsou pouze pro Čechy, pište všechny články rovnou v angličtině, což zajistí daleko větší počet zobrazování relevantních bannerů, které se zobrazují podle tématu (slov), jemuž se webové stránky či článek věnuje/věnují. Samozřejmě se návštěvníkům stránek budou zobrazovat i reklamy z jejich okolí.
- 97) Obrázky použité ve Vašich článcích ukládejte spíše na svém vlastním serveru, aby nedocházelo k blokování zobrazování obrázků - tzv. hot-linkování (Vzdálený požadavek o poskytnutí obrázku pro zobrazení na vlastním webu bude odmítnut), což způsobí zobrazení textu článku, ale bez obrázků, které jsou uloženy na doménách s blokováním hot-linkováním.

Nejvyšší CPC obvykle mají

98) Obvykle se jedná o často hledaná témata s nejvyšším CPC – Cost Per Click – cena za proklik na banner/odkaz:

- **Finance a Investice**
 - Např. Personal finance, stock trading, cryptocurrency, insurance, credit cards, mortgage refinancing, loans (personal/business).
 - Průměr CPC \$10-\$50+ Amerických dolarů
- **Právní služby**
 - Např. Personal injury lawyers, accident claims, family law, criminal defense, tax law.
 - Průměr CPC \$20-\$100+ Amerických dolarů
- **Zdraví a lékařství**
 - Např. Private health insurance, medical treatments, dental services, mental health services, telemedicine, cosmetic surgery.
 - Průměr CPC \$5-\$30+ Amerických dolarů
- **Nemovitosti**
 - Např. Property investment, mortgage comparison, real estate agents, home loans, property management.
 - Průměr CPC \$10-\$30+ Amerických dolarů
- **Business SW a SaaS**
 - Např. CRM SW, cloud computing, enterprise software, project management tools, cybersecurity software.
 - Průměr CPC \$10-\$40+ Amerických dolarů
- **Vzdělávání**
 - Např. Online courses, higher education (universities, MBAs), test preparation (GRE, GMAT, SAT), eLearning platforms.
 - Průměr CPC \$5-\$25+ Amerických dolarů
- **Automotive průmysl**
 - Např. Car insurance, auto loans, vehicle leasing, car rentals, luxury cars, vehicle reviews, auto repair services.



- Průměr CPC \$5-\$20+ Amerických dolarů
- **Zlepšováký pro domov a rekonstrukce**
 - Např. Roofing, home renovation, solar panels, smart homes, HVAC services, plumbing, home security systems.
 - Průměr CPC \$5-\$15+ Amerických dolarů
- **Technické hračky a jejich hodnocení**
 - Např. Smartphone comparisons, tech reviews, gaming equipment, laptops, cybersecurity software, high-end gadgets.
 - Průměr CPC \$3-\$15+ Amerických dolarů
- **Cestování a Turismus**
 - Např. Luxury travel, flight comparison, travel insurance, cruise lines, high-end hotels comparison, private tours.
 - Průměr CPC \$2-\$15+ Amerických dolarů
- **Kryptoměny a Blockchain**
 - Např. Bitcoin investment, crypto trading platforms, NFT marketplaces, DeFi platforms.
 - Průměr CPC \$5-\$20+ Amerických dolarů
- **Bytové dekorace a interiérový design**
 - Např. High-end furniture, smart home products, luxury home décor, interior design services.
 - Průměr CPC \$3-\$10+ Amerických dolarů
- **Luxusní zboží a služby**
 - Např. High-end watches, luxury fashion brands, private jets, yachts, luxury cars.
 - Průměr CPC \$5-\$15+ Amerických dolarů
- **E-commerce a maloobchod**
 - Např. Dropshipping, Amazon FBA, Shopify, retail product comparisons, coupons.
 - Průměr CPC \$3-\$10+ Amerických dolarů
- **Fitness a Wellness**
 - Např. Fitness programs, nutritional supplements, health coaching, weight loss programs, gym equipment.
 - Průměr CPC \$3-\$10+ Amerických dolarů

Příklady témat pro tvorbu článků zaměřené na vysoké CPC

Legal Services: (CPC \$20-\$100+)

- **Understanding the Role of a Legal Service Provider: What You Need to Know**
- **Top 10 Legal Issues Businesses Face and How Legal Services Can Help**
- **The Importance of Legal Consultation for Startups and Small Businesses**
- **How to Choose the Right Legal Service for Personal Injury Claims**
- **Legal Services for Estate Planning: Wills, Trusts, and Probate Explained**
- **Family Law Services: Divorce, Child Custody, and Support Issues**
- **Navigating Employment Law: How Legal Services Protect Employee Rights**
- **Legal Services for Intellectual Property Protection: Patents, Trademarks, and Copyrights**
- **Understanding Criminal Defense: How Legal Services Can Help in Criminal Cases**
- **The Role of Legal Services in Real Estate Transactions and Disputes**
- **Contract Law 101: The Importance of Legal Review and Services in Drafting Agreements**
- **Legal Services in Immigration: Visas, Green Cards, and Citizenship**
- **Consumer Rights and Legal Services: Protecting Yourself from Fraud and Deceptive Practices**
- **Legal Services for Bankruptcy: When and How to Seek Financial Relief**
- **Medical Malpractice Cases: How Legal Services Ensure Fair Compensation**
- **Legal Services for Workers' Compensation: Filing Claims and Defending Rights**
- **Understanding Class Action Lawsuits and the Legal Services Involved**
- **The Benefits of Retaining a Legal Service Provider for Corporate Compliance**
- **Legal Services for Tax Law: Navigating Audits, Disputes, and Tax Planning**
- **Online Legal Services: How Technology is Revolutionizing Access to Legal Help**

Finance and Investment: (CPC \$10-\$50+)

- **Introduction to Personal Finance: Building a Strong Financial Foundation**
- **Investment Strategies for Beginners: How to Start Growing Your Wealth**
- **Understanding Risk and Return: The Key to Successful Investing**
- **Stock Market Basics: A Guide to Buying, Selling, and Trading Stocks**
- **Cryptocurrency Investments: Pros, Cons, and Risks**
- **Real Estate Investing: Creating Wealth Through Property Ownership**
- **Diversification in Investing: Why It is Important and How to Achieve It**
- **Mutual Funds vs ETFs: Which Investment Option is Right for You?**
- **The Power of Compound Interest: How It Can Grow Your Investments**
- **Creating a Balanced Investment Portfolio for Long-Term Growth**



- **Retirement Planning: How to Build a Financially Secure Future**
- **Investment Tax Strategies: Maximizing Returns and Minimizing Liabilities**
- **Behavioral Finance: How Emotions Affect Investment Decisions**
- **Understanding Bonds: A Safe Investment for Conservative Investors**
- **Navigating Market Volatility: Strategies for Stable Investment Returns**
- **The Role of Financial Advisors: When and Why You Should Seek Help**
- **Sustainable Investing: How to Align Your Investments with Your Values**
- **Passive vs Active Investing: Which Approach Suits Your Financial Goals?**
- **The Impact of Interest Rates on Investment Choices and Market Performance**
- **Evaluating Real Estate Crowdfunding: A New Way to Invest in Property**

Health and Medical: (CPC \$5-\$30+)

- **The Importance of Preventive Healthcare: Routine Screenings and Checkups**
- **The Impact of Nutrition on Mental Health: Foods for Better Brain Function**
- **Understanding Chronic Diseases: Causes, Prevention, and Management**
- **How Sleep Affects Overall Health: Tips for Better Sleep Hygiene**
- **The Role of Physical Activity in Preventing Cardiovascular Diseases**
- **Mental Health Awareness: Breaking the Stigma Around Depression and Anxiety**
- **Understanding the Immune System: How to Strengthen Your Body's Defense Mechanism**
- **Telemedicine: The Future of Healthcare Delivery**
- **Vaccination: Myths vs. Facts and Its Importance in Public Health**
- **Women's Health: Key Issues, Concerns, and Preventive Measures**
- **How Stress Impacts Your Health and Practical Ways to Manage It**
- **Advancements in Medical Technology: Innovations Shaping the Future of Healthcare**
- **The Importance of Hydration for Overall Health and Well-being**
- **The Role of Genetics in Health: What Your DNA Can Tell You About Your Risk for Diseases**
- **Men's Health: Common Health Issues and How to Prevent Them**
- **Pediatric Health: Ensuring Optimal Development and Well-being in Children**
- **The Global Impact of Infectious Diseases: From COVID-19 to Future Pandemics**
- **Mental Health in the Workplace: Promoting Wellness for Better Productivity**
- **Managing Diabetes: Essential Lifestyle Changes and Medical Interventions**
- **Aging Gracefully: Health Tips for Maintaining Wellness in Older Adults**

Real Estate: (CPC \$10-\$30+)

- **Understanding the Basics of Real Estate Investing**
- **The Home Buying Process: Step-by-Step Guide**
- **The Pros and Cons of Renting vs. Buying**
- **Top Real Estate Trends to Watch in 2024**
- **Real Estate Investment Trusts (REITs): What You Need to Know**
- **How to Choose the Right Neighborhood for Your Family**
- **The Importance of Location in Real Estate: Key Factors to Consider**
- **How to Boost Your Home's Value Before Selling**
- **Commercial Real Estate vs. Residential Real Estate: Which Is Better for Investment?**
- **Understanding Real Estate Market Cycles**
- **Green Real Estate: The Rise of Sustainable Properties**
- **How Interest Rates Impact Real Estate Prices**
- **Flipping Houses: A Guide for Beginners**
- **What to Look for in a Real Estate Agent**
- **How to Finance Your Real Estate Investment**
- **Navigating the Real Estate Market in a Recession**
- **The Role of Technology in Real Estate: Virtual Tours, AI, and Beyond**
- **Luxury Real Estate: What Defines High-End Property?**
- **Common Pitfalls to Avoid When Selling Your Home**
- **Tax Benefits and Implications of Real Estate Investment**

Business Software and SaaS: (CPC \$10-\$40+)

- **Top 10 SaaS Tools for Small Business Efficiency**
- **The Future of SaaS: Emerging Trends in Business Software**
- **How to Choose the Best CRM Software for Your Business**
- **Cloud-Based vs On-Premises Software: Pros and Cons for Businesses**



- **SaaS Security: Best Practices for Protecting Your Business Data**
- **Automation in Business: How SaaS is Changing Workflows**
- **SaaS Pricing Models: Understanding Subscription vs. Pay-Per-Use**
- **ERP Software: How to Streamline Business Operations with SaaS**
- **The Role of AI in Modern SaaS Platforms**
- **Custom vs. Off-the-Shelf SaaS: Which is Best for Your Business?**
- **The Benefits of SaaS for Remote Work and Distributed Teams**
- **How to Migrate Your Business to a SaaS Platform Successfully**
- **The Best Project Management Software for Growing Teams**
- **HR Software Solutions: Automating Payroll, Recruitment, and Employee Management**
- **How SaaS Enhances Customer Service with Live Chat and AI Bots**
- **SaaS Integration: How to Connect Different Business Software Systems**
- **Best Accounting Software for Small and Medium-Sized Businesses**
- **SaaS for Sales Teams: Tools to Boost Lead Generation and Conversion**
- **The Impact of SaaS on Digital Transformation for Businesses**
- **SaaS Metrics Every Business Should Track for Success**

Education: (CPC \$5-\$25+)

- **The Future of Education: Trends in Digital Learning and Online Classrooms**
- **How to Foster Critical Thinking Skills in Students**
- **The Role of Technology in Modern Education: Benefits and Challenges**
- **Inclusive Education: Strategies for Supporting Students with Special Needs**
- **The Importance of Emotional Intelligence in Education**
- **STEM Education: Why Science, Technology, Engineering, and Mathematics Matter**
- **Project-Based Learning: A Hands-On Approach to Education**
- **The Impact of Teacher-Student Relationships on Academic Success**
- **How to Cultivate a Growth Mindset in the Classroom**
- **The Role of Play in Early Childhood Education**
- **Understanding the Benefits of Multilingual Education**
- **Effective Time Management Strategies for Students**
- **The Importance of Parental Involvement in Education**
- **The Benefits of Arts Education: Why Creativity Matters in Learning**
- **Addressing the Achievement Gap: Strategies for Equitable Education**
- **Challenges and Opportunities in Homeschooling**
- **The Role of Assessment in Education: Are Exams the Best Way to Measure Learning?**
- **How Globalization is Shaping Modern Education Systems**
- **Character Education: Teaching Values and Ethics in Schools**
- **Environmental Education: Preparing Students for a Sustainable Future**

Automotive: (CPC \$5-\$20+)

- **The Evolution of Electric Vehicles: A Game-Changer in the Auto Industry**
- **Top 10 Emerging Automotive Technologies to Watch in 2024**
- **The Future of Autonomous Cars: Pros, Cons, and Challenges**
- **Hybrid vs Electric Cars: Which is Better for Your Lifestyle?**
- **The Impact of AI on Automotive Manufacturing and Design**
- **How to Choose the Right Car Insurance for Your Vehicle**
- **Top 5 Best-Selling Car Models of 2024: What Makes Them Stand Out?**
- **Essential Maintenance Tips to Extend Your Car's Lifespan**
- **Understanding Car Safety Ratings: What You Need to Know**
- **The Environmental Impact of the Automotive Industry and How It is Changing**
- **Classic Cars vs. Modern Cars: A Comparative Look**
- **How Autonomous Vehicles Could Transform Urban Transportation**
- **The Rise of Subscription-Based Car Ownership: Pros and Cons**
- **How to Improve Fuel Efficiency and Save on Gas Costs**
- **The Role of 5G in the Connected Car Revolution**
- **A Comprehensive Guide to Understanding Vehicle Financing and Leasing**
- **The Impact of EV Charging Infrastructure on Electric Vehicle Adoption**
- **How to Prepare Your Car for Long-Distance Road Trips**
- **The Importance of Regular Tire Maintenance for Optimal Performance**



- **Exploring the Most Common Car Repair Myths and Facts**

Home Improvement and Construction: (CPC \$5-\$15+)

- **Top Home Improvement Trends for 2024: Modern Design Ideas**
- **How to Plan and Budget for a Major Home Renovation**
- **Energy-Efficient Home Improvements: Saving Money and the Environment**
- **DIY vs. Hiring a Contractor: Which Projects Can You Manage?**
- **Home Exterior Upgrades: Curb Appeal Ideas That Boost Property Value**
- **Smart Home Technology Integration: A Guide to Modernizing Your Space**
- **Essential Tools Every DIY Homeowner Should Own**
- **Kitchen Remodeling Ideas: From Layout Changes to Cabinet Upgrades**
- **Bathroom Renovations: How to Maximize Space and Functionality**
- **Understanding Building Codes and Permits for Home Construction Projects**
- **Sustainable Construction Materials for Eco-Friendly Home Builds**
- **Common Home Remodeling Mistakes and How to Avoid Them**
- **Choosing the Right Flooring: Hardwood, Tile, or Laminate?**
- **How to Improve Your Home's Insulation for Better Energy Efficiency**
- **Garage Conversion Ideas: Turning Unused Space into Functional Rooms**
- **Roofing Materials: A Guide to Longevity, Cost, and Style**
- **The Benefits of Adding a Home Office: Design Tips and Inspiration**
- **Step-by-Step Guide to Finishing a Basement for Extra Living Space**
- **Home Extensions: What to Know Before Expanding Your Living Area**
- **Maximizing Outdoor Spaces: Decking, Patios, and Landscaping Ideas**

Tech Gadgets and Reviews: (CPC \$3-\$15+)

- **Top 10 Must-Have Gadgets for 2024**
- **Smart Home Devices: Revolutionizing Everyday Life**
- **Comparing the Best Noise-Canceling Headphones**
- **The Evolution of Smartphones: What's Next?**
- **Wearable Tech: Fitness Trackers vs. Smartwatches**
- **Best Laptops for Students in 2024**
- **Home Office Setup: Essential Gadgets for Productivity**
- **Gaming Gadgets: Top Accessories for Gamers**
- **The Rise of E-Readers: Are They Worth It?**
- **Best Tablets for Creatives: Which One Should You Choose?**
- **Tech Gadgets for Travel: Must-Have Items for Adventurers**
- **Smart Speakers: Comparing Amazon Echo, Google Nest, and Apple Home Pod**
- **The Best Photography Gadgets for Hobbyists**
- **Eco-Friendly Tech Gadgets: Sustainable Innovations**
- **Drones for Beginners: A Guide to Choosing Your First Drone**
- **Virtual Reality Headsets: An In-Depth Comparison**
- **Budget vs. Premium Tech Gadgets: Is the Extra Cost Worth It?**
- **Tech for Kids: The Best Educational Gadgets**
- **The Future of Robotics: Household Robots to Look Out For**
- **The Impact of 5G Technology on Gadgets and Connectivity**

Travel and Tourism: (CPC \$2-\$15+)

- **Sustainable Tourism: Balancing Adventure with Environmental Responsibility**
- **Top 10 Destinations for Eco-Friendly Travel in 2024**
- **Cultural Etiquette: Understanding Local Customs When Traveling Abroad**
- **The Rise of Remote Work Travel: Combining Work and Vacation**
- **Hidden Gems: Lesser-Known Travel Destinations Worth Exploring**
- **Traveling on a Budget: Tips and Tricks for Affordable Adventures**
- **Adventure Tourism: Thrilling Activities for Ultimate Experience**
- **Culinary Travel: Exploring the World Through Food and Drink**
- **The Impact of Social Media on Travel Trends and Destinations**
- **Health and Safety Tips for Travelers in the Post-Pandemic Era**
- **Solo Travel: Empowering Adventures for the Independent Explorer**
- **Family-Friendly Travel: Best Destinations for Kids and Parents**
- **Cruise Travel: What to Know Before You Set Sail**



- **The Importance of Travel Insurance: Protecting Your Journey**
- **Cultural Festivals Around the World: Experiencing Local Traditions**
- **Travel Technology: Apps and Gadgets That Enhance Your Experience**
- **Volunteer Tourism: Making a Difference While Traveling**
- **Travel Photography Tips: Capturing Stunning Vacation Memories**
- **The Future of Air Travel: Trends Shaping the Aviation Industry**
- **Exploring UNESCO World Heritage Sites: A Journey Through History**

Cryptocurrency and Blockchain: (CPC \$5-\$20+)

- **Introduction to Cryptocurrency**
- **The History of Bitcoin**
- **How Blockchain Technology Works**
- **Types of Cryptocurrencies**
- **The Impact of Blockchain on Finance**
- **Cryptocurrency Mining**
- **Smart Contracts**
- **Decentralized Finance (DeFi)**
- **NFTs (Non-Fungible Tokens)**
- **Cryptocurrency Regulations**
- **Security in Crypto World**
- **The Role of Cryptocurrencies in Global Remittances**
- **Future Trends in Cryptocurrency and Blockchain**
- **The Environmental Impact of Cryptocurrency**
- **The Intersection of Cryptocurrency and Traditional Investments**
- **Case Studies of Successful Blockchain Projects**
- **The Role of Initial Coin Offerings (ICOs) in Funding Startups – Pros/Cons**
- **How to Invest in Cryptocurrency**
- **Blockchain Beyond Cryptocurrency**
- **The Future of Work with Blockchain**

Home Decor and Interior design: (CPC \$3-\$10+)

- **Top Interior Design Trends for 2024**
- **How to Choose the Perfect Color Palette for Your Home**
- **Small Space Solutions: Maximizing Functionality in Tiny Homes**
- **The Impact of Natural Light on Interior Design**
- **Sustainable Decor: Eco-Friendly Materials for Your Home**
- **Creating a Cozy Atmosphere: Tips for Making Your Home Warm and Inviting**
- **The Art of Mixing Textures: How to Layer Fabrics in Home Decor**
- **Finding Your Style: Different Interior Design Styles Explained**
- **Tips for Decorating on a Budget: Affordable Ways to Refresh Your Space**
- **Incorporating Vintage Finds into Modern Decor**
- **The Role of Art in Interior Design: Choosing Pieces that Inspire**
- **Open Concept Living: Pros and Cons of Open Floor Plans**
- **Designing a Functional Home Office: Tips for Remote Workspaces**
- **The Importance of Scale and Proportion in Interior Design**
- **Accessorizing Your Space: The Power of Decorative Accents**
- **Creating Outdoor Living Spaces: Designing Patios and Decks**
- **DIY Home Decor Projects: Easy Crafts to Personalize Your Space**
- **Understanding Lighting Design: Choosing Fixtures and Placement**
- **Home Decor Trends from Around the World: Global Inspiration for Your Space**

Luxury Goods and Services: (CPC \$5-\$15+)

- **The Definition and Evolution of Luxury Goods**
- **The Psychology Behind Luxury Purchases**
- **Luxury Branding Strategies**
- **Sustainable Luxury: The Future of High-End Goods**
- **The Role of Exclusivity in Luxury Markets**
- **The Impact of Celebrity Endorsements on Luxury Brands**
- **Luxury Travel Experiences: More than Just Destination**
- **The Importance of Craftsmanship in Luxury Goods**



- **Luxury Services: Personal Shopping and Concierge Services**
- **Digital Transformation in Luxury Retail**
- **The Rise of Second-Hand Luxury Goods**
- **Cultural Influences on Luxury Consumption**
- **Luxury Automotive Brands: Status Symbols on Wheels**
- **The Role of Social Media in Promoting Luxury Brands**
- **The Future of Luxury Retail: Brick-and-Mortar vs. Online**
- **Luxury Fashion Trends: Seasonal vs. Timeless Styles**
- **The Ethics of Luxury: Fair Trade and Labor Practices**
- **Luxury Home Décor: Creating a High-End Living Space**
- **The Role of Art and Collectibles in Luxury Investment**
- **Luxury Experiences: Fine Dining and Exclusive Events**

E-commerce and Retail: (CPC \$3-\$10+)

- **The Evolution of E-Commerce: From Brick-and-Mortar to Online Shopping**
- **The Role of Mobile Commerce in the Retail Landscape**
- **Personalization in E-Commerce: How Data is Shaping the Shopping Experience**
- **The Impact of Social Media on E-Commerce Sales**
- **The Future of Retail: Omnichannel Strategies for Success**
- **Customer Experience in E-Commerce: Best Practices and Trends**
- **Sustainability in E-Commerce: How Brands are Going Green**
- **The Role of Artificial Intelligence in E-Commerce**
- **The Challenges of Logistics and Fulfillment in E-Commerce**
- **Payment Solutions for E-Commerce: Trends and Innovations**
- **Cybersecurity in E-Commerce: Protecting Customers and Businesses**
- **The Influence of Reviews and Ratings on E-Commerce Purchases**
- **Influencer Marketing in E-Commerce: A New Age of Advertising**
- **E-Commerce Trends Post-Pandemic: What Has Changed?**
- **The Importance of SEO for E-Commerce Websites**
- **The Role of Virtual Reality and Augmented Reality in E-Commerce**
- **The Growth of Subscription Boxes in E-Commerce**
- **E-Commerce Analytics: Measuring Success and Improving Performance**
- **Building Brand Loyalty in the E-Commerce Space**
- **Global E-Commerce: Opportunities and Challenges in International Markets**

Fitness and Wellness: (CPC \$3-\$10+)

- **The Benefits of Regular Exercise on Mental Health**
- **Nutrition Tips for Optimal Performance and Recovery**
- **The Importance of Sleep for Fitness and Wellbeing**
- **Creating a Balanced Workout Routine: Cardio, Strength, and Flexibility**
- **Mindfulness and Meditation: Enhancing Your Fitness Journey**
- **Home Workouts vs. Gym Workouts: Pros and Cons**
- **Incorporating Functional Training into Your Fitness Regimen**
- **The Role of Hydration in Physical Performance**
- **Debunking Common Fitness Myths**
- **Understanding Body Composition: Beyond the Scale**
- **The Power of Group Fitness Classes for Motivation and Accountability**
- **How to Set and Achieve Realistic Fitness Goals**
- **Fitness for All Ages: Tailoring Your Routine to Different Life Stages**
- **The Impact of Stress on Physical Health and Fitness**
- **Exploring Different Diet Trends: Which is Best for You?**
- **How to Stay Motivated on Your Fitness Journey**
- **The Benefits of Outdoor Workouts: Connecting with Nature**
- **Understanding Supplements: Do You Really Need Them?**
- **Incorporating Yoga into Your Fitness Routine for Mind-Body Wellness**
- **The Connection Between Fitness and Productivity in Daily Life**



Výnos z AdSense závisí na několika faktorech

- 99) **Cena za proklik (CPC – Cost Per Click):** Kolik inzerenti platí za kliknutí na reklamu. V oblasti pojištění jsou CPC často vysoké, protože jde o velmi konkurenční trh. Mohou se pohybovat od \$10 - \$50 za kliknutí, někdy i více.
- 100) **Míra prokliku (CTR – Click Through Ratio):** Procento návštěvníků, kteří na reklamu kliknou. Typické CTR se pohybuje kolem 1-2 %, ale může být i vyšší, pokud je obsah stránky dobře cílený.
- 101) **RPM (Revenue per 1000 impressions):** Odhadovaný výdělek za 1000 zobrazení. V oblasti pojištění může být RPM relativně vysoké, někdy mezi \$10 - \$50, v závislosti na kvalitě obsahu a cílovém publiku návštěvníků.
- 102) Pokud má web 1000 návštěvníků denně, při průměrném RPM například \$20, by výdělek mohl být přibližně **\$20 USD denně**. Při dobré CPC a CTR by mohl být tento výnos ještě vyšší. Odhady se však mohou značně lišit v závislosti na zvolených klíčových slovech, geografické poloze návštěvníků a optimalizaci reklamy.

Jak tedy docílit vysoké návštěvnosti za minimálních nákladů?

- 103) Můžete použít některou ze služeb zdarma, která Vám umožní zveřejnit odkaz pro další uživatele, kteří jej budou navštěvovat za účelem zisku bodů, kterými poté zveřejní svoji kampaň, prostřednictvím které nakonec získají finance. Jednou z takových služeb je například <https://t.ly/v5ria> (referenční odkaz). Samotný portál o sobě Vám kromě bodů nepřinese vlastně nic, ale umožňuje také zveřejňovat, následovat, likovat a "retweetovat" Vaše posty na sociálních sítích. Typickým příkladem generování návštěvnosti pro stránku, která Vám poskytne nějakou Provizi či Gift Kartou je následující postup:
- Zaregistrovat se na nějakém portálu, který umožňuje vyplácení za zaregistrované uživatele, kteří se zaregistrují prostřednictvím Vašeho odkazu.
 - Napsat na Twitter do svého profilu něco jako:
„**NEW GIVEAWAY. Prize:\$1,000 Gift Card. Enter here for free ->** (zkrácená URL adresa na portál kde se mají lidé zaregistrovat a Vy z toho budete mít peníze) **and sign-up** “. Spolu s nějakým zajímavým obrázkem to bude vypadat daleko důvěryhodněji.



Obrázek 9 - Tweet z Xka, který byl již 124krát repostnutý, 23krát olajkovaný a 473krát zobrazený – grafiku jsem si vytvořil sám

- Na portálu <https://t.ly/v5ria> (referenční odkaz) získáváte body za to, že sledujete další uživatele, retweetujete jejich posty, lajkujete jejich profily či posty. Stejným způsobem získávají body pro svojí propagaci/inzerci i oni.



- Jakmile budete mít větší množství followerů i vy, dáte do svého profilu uvedený post, a oni začnou takový post retweetovat a díky jejich dalším followerům, takový post uvidí i mnoho dalších lidí. Vzbudí to tak vlastně takovou víceúrovňovou pyramidu, kdy se o něm dozví velké množství lidí a je větší šance na to, že na ní kliknou.
- Stejným způsobem můžete zajistit návštěvnost jedné konkrétní URL adresy, Vašeho webu, kde návštěvníkům Vašeho webu vlastně „platíte“ jen tím, že jste jejich profilům na sociálních sítích dali like, retweet, anebo follow.
- Sociálních sítí je tam daleko více než právě jen Twitter – celkem 13 sociálních sítí a také webové stránky.
- I zde je potřeba používat klasický způsob – platit co možná nejmenší částky (anebo vůbec nic) a mít z toho co možná nejvyšší zisk/příjem.



Obrázek 10 - PCER cyklus má 4 stavy (Plánování, Tvorba, Zisk, Opakování)



- [Představení lektora](#) (00:01:14)
- [Příprava prostředí na vlastním PC – kapitola 1](#) (00:26:01) – návod pro použití na komerčním webhostingu
- [Příprava prostředí na vlastním PC – kapitola 2](#) (00:11:09)
- [Příprava prostředí na vlastním PC – kapitola 3](#) (00:28:13)
- [Nastavení Google služeb – kapitola 1](#) (00:02:24)
- [Nastavení Google služeb – kapitola 2](#) (00:08:53)
- [Tvorba kampaně – kapitola 1](#) (00:24:30)
- [Dokončení tvorby kampaně a schvalování úkolů – kapitola 1](#) (00:15:08)

Závěrem

- 104) Samozřejmě čím více webových stránek budete provozovat, tím vyšší bude zisk a příjem z aktivních kampaní.
- 105) Až se budete blížit na TB k nule pro platbu uživatelům za splnění úkolů ve Vašich kampaních, pošlete si tam opět nějaké peníze (anebo v nejhorším případě proveďte pár úkolů někoho jiného sami), a mezitím budou uživatelé klikat na Vaše bannery, což přinese daleko větší zisk, díky zacílení na země, kterým stačí jen velmi nízká odměna.
- 106) Příjem za monetizaci vytvořených webových stránek, a to nezávisle na jejich tématu, tak bude vlastně jistý.
- 107) V kurzu byl popsán postup pro monetizaci webového obsahu a jeho tvorba za použití volně dostupných nástrojů.
- 108) Webová prezentace vytvořená za účelem monetizace dle kroků popsaných v tomto kurzu, nebyla, jakkoliv optimalizována pro vyhledávače, která by přinesla ještě vyšší zisk z prokliku na bannery.
- 109) Určitě si textový obsah získaný z Datového Modelu AI ještě trochu upravte či pozměňte, aby nedocházelo v očích vyhledávačů k dojmu, že jste obsah článku/ů zcizili z jiného webového portálu. V takovém případě by mohlo dojít k penalizaci a Váš web by mohly vyhledávače přestat zobrazovat ve výsledcích vyhledávání, což by vedlo k nemožnosti splnění kampaní z portálu TB.
- 110) V takovém případě by uživatelé nemohli Vaši kampaň úspěšně dokončit, Vy byste uživatelům za jejich snahu ale museli stejně zaplatit, anebo by na Vás ještě vznášeli „Dispute“, když byste jejich nesprávné důkazy odmítali s tím, že nedodali důkaz, který jste očekávali.

