

Co je vylučující klíčové slovo

Poslední aktualizace 24 července, 2025

Vylučující klíčová slova, anglicky *negative keywords*, jsou slova nebo fráze, u kterých si inzerent přeje, aby **na ně nebyla jeho reklama zobrazena**. Používají se v placených reklamních systémech, jako je [Google Ads](#), a slouží ke zvýšení relevance kampaní, snížení zbytečných výdajů a omezení nerelevantní návštěvnosti.

Jak vylučující klíčová slova fungují

Pokud někdo zadá do vyhledávače dotaz, který obsahuje některé z vašich vylučujících klíčových slov, vaše reklama se mu nezobrazí – i když by jinak odpovídala cílení kampaně. To je zvláště užitečné ve chvíli, kdy **chcete zabránit zobrazování reklamy lidem se zcela odlišným záměrem**.

Například:

Prodáváte prémiový [software](#), ale nechcete platit za kliky od lidí hledajících „zdarma“. Přidáte tedy slovo *zdarma* mezi vylučující klíčová slova.

Proč jsou vylučující klíčová slova důležitá

- **Šetří rozpočet** – neplatíte za kliky, které nemají šance na [konverzi](#).
- **Zvyšují míru prokliku (CTR)** – reklama se zobrazuje lidem s vyšším zájmem.
- **Zlepšují [skóre kvality reklam](#)** – Google upřednostňuje relevantní inzeráty.
- **Zvyšují návratnost investic (ROI)** – reklamy cílí přesněji.

Typy shody u vylučujících klíčových slov

Podobně jako u běžných [klíčových slov](#) existují 3 úrovně shody:

- **Přesná shoda** – reklama se nezobrazí jen při přesném dotazu.
- **Frázová shoda** – reklama se nezobrazí, pokud dotaz obsahuje danou frázi.
- **Volná shoda** – reklama se nezobrazí u dotazů, které obsahují libovolné kombinace těchto slov.