

Co je Quality Score

Poslední aktualizace 13 května, 2025

Quality Score – skóre kvality – je metrika používaná v systémech pro [PPC](#) reklamu (např. [Google Ads](#)), která hodnotí kvalitu a relevanci vašich reklam, [klíčových slov](#) a cílových stránek. Udává se na škále od 1 do 10, kde vyšší číslo značí vyšší kvalitu.

Skóre kvality ovlivňuje mimo jiné to, kolik platíte za proklik ([CPC](#)) a na jaké pozici se vaše reklama zobrazí.

Z čeho se Quality Score skládá

Google při výpočtu skóre kvality zohledňuje tři hlavní faktory:

- **Míra prokliku ([CTR](#))** – očekávaná míra, s jakou uživatelé kliknou na reklamu
- **Relevance reklamy** – jak dobře reklama odpovídá zvolenému klíčovému slovu
- **Kvalita cílové stránky** – uživatelský dojem, relevance a přínos cílové URL

Všechny tyto faktory jsou hodnoceny jako „nadprůměrné“, „průměrné“ nebo „podprůměrné“.

Proč je Quality Score důležité

- **Nižší cena za proklik ([CPC](#))** – čím vyšší skóre kvality, tím méně platíte za zobrazení reklamy
- **Lepší pozice reklam** – vyšší skóre pomáhá vašim reklamám zobrazovat se výše ve výsledcích vyhledávání
- **Vyšší efektivita kampaní** – dobře cílené, kvalitní reklamy přináší lepší výsledky při nižších nákladech

Jak Quality Score zlepšit

- Pište relevantní a jasné reklamní texty
- Pečlivě vybírejte klíčová slova a seskupujte je do tematických sestav
- Optimalizujte cílové stránky – měly by být přehledné, rychlé a obsahově souviset s reklamou
- Pravidelně testujte a upravujte kampaně podle výkonu