

PLAYBOOK · SRPEN 2026

Jak AI Brain řídí *reklamní účet.*

Ne přehled funkcí. Popis toho, co se u nás každý den skutečně stane mezi tím, než se data objeví v Metě, a tím, než někdo sáhne na kampaň.

Proč vůbec něco takového stavět

Reklamní účet, který někdo poctivě spravuje ručně, se kontroluje jednou za pár dní.

Mezi kontrolami běží dál. Když se kampaň zlomí v úterý ráno, přijde se na to ve čtvrtek a zaplatí se dva dny.

Druhá věc: rozhodnutí se dělají z rozhraní Mety. To ukazuje, co se stalo, ne co se stane.

Kdo chce reagovat dřív, potřebuje vlastní historii a vlastní predikci, protože z cizího dashboardu se trend na tři týdny dopředu neposkládá.

Třetí věc, a ta je nejdražší: znalost účtu drží člověk, který ho spravuje. Odejde a odejde s ním. Systém, který každý den zapisuje, co se stalo a proč se něco změnilo, tuhle znalost drží nezávisle na tom, kdo zrovna sedí u počítače.

CO AI BRAIN NENÍ

Není to autopilot. Nesahá na kampaně sám. Každý zásah jde do fronty ke schválení a schvaluje ho člověk. To není opatrnost do začátku, to je návrh. Model dobře počítá, ale nenese odpovědnost, a rozpočet klienta odpovědnost vyžaduje.

Pět kroků, které proběhnou každý den

01 Stažení výkonu do vlastní databáze

Ráno se z Meta Marketing API stáhne výkon za předchozí den na úroveň jednotlivé reklamy, ne kampaně. Ukládá se to k nám, ne do tabulky. Důvod je prostý: Meta drží podrobná data omezenou dobu a průběžně je dopočítává zpětně. Kdo si nedělá vlastní kopii, přijde o historii, ze které se dá cokoli počítat.

02 Uzavření dne a porovnání s předpovědí

Ke každému dni se dopíše, co jsme na něj čekali, a rozdíl se uloží. Tohle je ta nudná část, kterou skoro nikdo nedělá, a přitom bez ní se nikdy nezjistí, jestli predikce něco umí, nebo jen sebejistě mluví.

03 Predikce na následující období

Z vlastní historie se počítá očekávaný počet leadů a očekávaná cena za lead. Model není složitý a nemá být. Podstatné je, že běží nad daty daného účtu, ne nad oborovými průměry, a že se každý den měří proti realitě.

04 Detekce anomálií

Hlídá se odchylka od vlastního obvyklého chování účtu, ne pevná hranice. Kampaň, která normálně vozí lead za třetinu průměru, si zaslouží alarm dřív než kampaň, která byla vždycky drahá. Pevný práh tohle nerozliší a proto buď mlčí, nebo křičí pořád.

05 Fronta návrhů ke schválení

Z předchozích kroků vypadne seznam konkrétních zásahů: co vypnout, kam přidat, co otestovat. Ke každému je důvod a číslo, o které se opírá. Člověk to projde, schválí nebo zamítne, a zamítnutí se zapíše. Zamítnuté návrhy jsou nejcennější zpětná vazba, jakou systém dostane.

Copilot, kterému se dá položit běžná věta

Nad tou databází sedí rozhraní, kterému se píše česky. Ne proto, že je to moderní, ale proto, že správná otázka se dá položit dřív, než by se stihl postavit report.

OTÁZKA

CO SE POD TÍM STANE

Která kreativa vozí nejlevnější leady?	Agregace na úroveň reklamy za zvolené období, seřazení podle ceny za lead, filtr na minimální objem, aby nevyhrála reklama se třemi leady.
Co se zlomilo tento týden?	Porovnání proti vlastní předpovědi, výběr největších odchylek, doplnění změn, které se ten den v účtu udály.
Vejdeme se do plánu?	Extrapolace z aktuálního tempa proti cíli a zbývajícím dnům.
Proč zdražil lead?	Rozklad na složky: prokliková míra, cena za proklik, konverzní poměr formuláře. Zdražení má obvykle jednu příčinu a ta se dá pojmenovat.

Poslední řádek je ten, kvůli kterému to celé stojí za práci. „Zdražil lead“ je pozorování.

„Zdražil lead, protože prokliková míra spadla o třetinu, a spadla na jedné konkrétní kreativě, která běží šestý týden“ je zadání.

Čtyři věci, které fungují i bez nás

Vlastní kopie dat je základ, ne nadstavba

Než cokoli dalšího, stahujte si výkon na úroveň reklamy do něčeho vlastního. I kdyby to měla být jedna tabulka doplňovaná skriptem. Bez vlastní historie se nedá počítat nic a ta historie se zpětně nedá dokoupit.

Předpověď zapisujte dřív, než den skončí

Odhad, který vznikne až po faktu, je vždycky přesný a vždycky bezcenný. Zapsaný odhad z minulého týdne je jediný, co odhalí, jestli účtu rozumíte.

Práh nastavujte proti vlastnímu průměru

Alarmy na pevné číslo se během měsíce vypnou, protože buď nikdy nespustí, nebo spouští pořád. Odchylka od obvyklého chování konkrétní kampaně drží.

Zapisujte i zamítnutá rozhodnutí

Seznam toho, co jste se rozhodli neudělat a proč, je za půl roku cennější než seznam provedených změn. Bez něj se stejná debata vede pořád dokola.

KDYBY TO BYLO NA NÁS

Tohle je metoda, ne produkt na klíč. Když ji chcete postavit u sebe, dá se to. Když chcete, aby to běželo od příštího měsíce a někdo za to nesl odpovědnost, ozvěte se.

Filip Dopita · CEO OneFlow

dopita@oneflow.cz · +420 607 445 004 · oneflow.cz