

Audit Meta reklam · Andromeda

# Lípová — eko shop

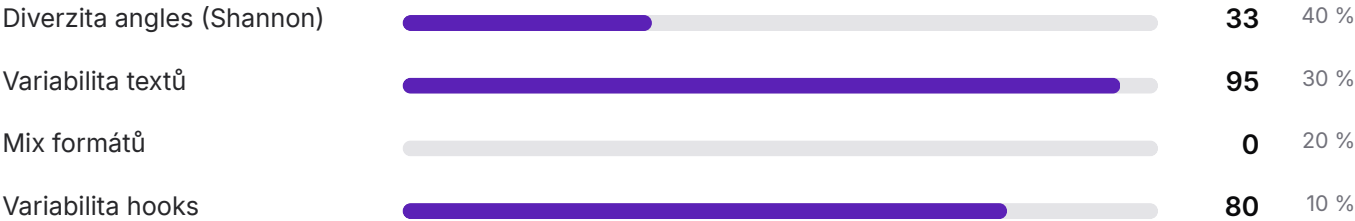
8 Kreativ analyzováno · zdroj demo dataset



## Repetitivní strategie

Brand se točí v omezeném počtu angles. Velký prostor pro test nových směrů.

### Rozklad skóre



### Jak číst skóre

Vážený součet čtyř komponent diverzity. Vyšší skóre znamená méně creative fatigue, širší zásah a více úhlů pro různé typy zákazníků. Skóre 80+ je zralá strategie, 60–80 solidní s mezerami, pod 60 repetitivní s rizikem únavy publika.

Využité angles (3 z 15)

|               |                        |          |
|---------------|------------------------|----------|
| Přímá nabídka | <div><div></div></div> | 5 (63 %) |
| Životní styl  | <div><div></div></div> | 2 (25 %) |
| Autorita      | <div><div></div></div> | 1 (13 %) |

Chybějící angles (12)

|                         |                        |   |
|-------------------------|------------------------|---|
| Problém-řešení          | <div><div></div></div> | 0 |
| Sociální důkaz          | <div><div></div></div> | 0 |
| Příběh zakladatele      | <div><div></div></div> | 0 |
| Transformace            | <div><div></div></div> | 0 |
| Srovnání                | <div><div></div></div> | 0 |
| Naléhavost / nedostatek | <div><div></div></div> | 0 |
| Vzdělávání              | <div><div></div></div> | 0 |
| Strach z propášení      | <div><div></div></div> | 0 |
| Zákulisí                | <div><div></div></div> | 0 |
| Uživatelský obsah       | <div><div></div></div> | 0 |
| Mezera v poznání        | <div><div></div></div> | 0 |
| Emocionální příběh      | <div><div></div></div> | 0 |

Top reklamy podle jistoty klasifikace

|                                                                                               |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <div><div>Přímá nabídka</div><div>Eko mýdla 100 % přírodní. -15 % do konce týdne.</div></div> | 95 % jistota · Image |
| <div><div>Přímá nabídka</div><div>5 mýdel za cenu 4. Akce!</div></div>                        | 95 % jistota · Image |
| <div><div>Přímá nabídka</div><div>Doprava zdarma nad 590 Kč. Eko balení.</div></div>          | 95 % jistota · Image |

Přímá nabídka

95 % jistota · Image

Sleva 100 Kč na první nákup. Kód: LIPA.

Přímá nabídka

95 % jistota · Image

Vánoční balíček: 3 mýdla + svíčka za 690 Kč.

Životní styl

95 % jistota · Image

Klidné ráno s lípovou koupelí. Pohoda.

Akční doporučení

# Co natočit dál

Top 3 chybějících nebo nejméně využívaných angles. Každý brief obsahuje konkrétní směr, 3 hook příklady (česky) a doporučený formát + CTA.

## Problém-řešení

Vyber bolest, kterou tvoji zákazníci řeší a kterou Lípová — eko shop skutečně vyřešuje. Pojmenuj ji konkrétně (ne „máš problém?“, ale „ztrácíš 3 hodiny týdně na X“). Pak v 5 sekundách ukaž transformaci.

### Hook příklady

- Tohle ti ukradne 3 hodiny týdně. Vyřešíme to za 5 minut.
- Tvůj největší problém v této oblasti? Tady je důvod, proč nemizí.
- Pořád to neřešíš ručně? Tohle je rok 2026.

Formát: **Video**    CTA: **Vyřeš to teď**

## Sociální důkaz

Použij konkrétní čísla — kolik zákazníků, hodnocení, NPS. Pokud máš testimonialy, vyber 1 silnou citaci s plným jménem a profilem. Vizually: skutečné fotky (žádné stocky).

### Hook příklady

- 4 200 zákazníků hodnotí naši kvalitu 9,4 z 10.
- „Žádný jiný produkt nezměnil můj workflow tak rychle.“ — konkrétní jméno
- NPS 71. Doporučují nás 9 z 10 zákazníků.

Formát: **Image**    CTA: **Číst recenze**

## Příběh zakladatele

Příběh, proč Lípová — eko shop vznikla. Klíč: konkrétní moment frustrace, ne marketing puffery. Mělo by jít vidět, že zakladatel byl sám zákazník.

### Hook příklady

- Začali jsme, protože nikdo neměl odvahu udělat to pořádně.
- V roce 2019 jsem si řekl: tohle nemůže být jediná možnost.
- Pět let zpátky to byl jen problém. Dnes je to firma.

---

Formát: **Video**    CTA: **Náš příběh**

## Jak číst tento report

1. Skóre 0–100 měří diverzifikaci reklamní strategie. Vyšší znamená nižší riziko creative fatigue a širší zásah.
2. Rozklad ukazuje 4 dimenze: úhly (Shannon entropie), variabilita textů (similarity mezi reklamami), mix formátů a hook variabilita.
3. Akční doporučení popisují, co konkrétně natočit jako další krok.
4. Andromeda Score nelze porovnávat napříč obory přímo, kontextualizuj vůči svému segmentu.

## Vzorec

$\text{Score} = 0,40 \times \text{Shannon}(\text{angles}) + 0,30 \times \text{Similarity} + 0,20 \times \text{Format mix} + 0,10 \times \text{Hook mix}.$

Data: veřejná z Meta Ad Library (EU DSA). Klasifikace do 15 angles probíhá přes Claude Haiku, hluboká textová analýza přes Claude Sonnet. Detail formuly a 15 angles najdeš na [app.pblaha.io/andromeda/jak-to-funguje](https://app.pblaha.io/andromeda/jak-to-funguje).

## Otevřít online verzi

Tento report má interaktivní verzi na webu s expandable kreativami, distribučními chart a real-time daty:

[app.pblaha.io/andromeda/audit/85fe81b2...](https://app.pblaha.io/andromeda/audit/85fe81b2...) ↗

## Audit metadata

Klasifikátor: mock-v1  
Brief generator: mock-v1  
Datum: 24. května 2026  
Počet kreativ: 8