



Jak na lepší kampaně?

Průvodce světem
cílení od Seznamu



Obsah

- 1 Úvod
- 2 Vlastní data
- 2 Výběr cílení
- 3 Cílení na vlastní seznamy
- 4 Lookalike cílení
- 5 Sociodemografické cílení
- 6 Cílení na zájmy
- 7 DRTG návštěvníků Seznamu
- 8 Kontextová cílení
- 9 Jak vlastní data získat
- 10 Přihlášení přes Seznam
- 11 Závěr



Cílení jako klíč ke kampaním, které opravdu fungují

V digitální reklamě platí jednoduché pravidlo: **správné cílení = základ úspěchu**. Můžete mít skvělý produkt, atraktivní grafiku i velký rozpočet, ale pokud vaše sdělení neosloví správné publikum, výsledky se nedostaví. A naopak – pokud reklamu zobrazíte lidem, kteří o ni mají skutečně zájem, můžete uspět i s omezeným rozpočtem.

V Seznamu máme efektivní řešení

Dosah kampaní využívajících cookies třetích stran dlouhodobě klesá. Proto inzerenti hledají nové způsoby cílení, které budou fungovat i v budoucnu. A přesně takové cílení najdete v Skliku – našem reklamním systému.

V Průvodci světem cílení zjistíte:

- Jak cílit kampaně bez cookies třetích stran.
- Jak pracovat s vlastními daty a proč na nich záleží.
- Jaké jsou vaše možnosti, pokud vlastní data nemáte.

Co jsou cookies třetích stran?

Cookies jsou malé textové soubory, které weby ukládají do zařízení uživatele, aby si zapamatovaly jeho návštěvu a usnadnily prohlížení. Pomáhají nabízet relevantní obsah a zlepšit uživatelský zážitek. Zároveň jsou klíčové pro marketing – umožňují lépe cílit reklamu, personalizovat obsah a analyzovat chování uživatelů pro efektivnější kampaně. I proto byly donedávna jedním z hlavních nástrojů cílení.

**Více o cookies
třetích stran**

Úspěšná reklama není o náhodě. Je o chytře nastaveném cílení. Pojdme se podívat, jak na to.

Budoucnost je ve vlastních datech

Čím lépe znáte své zákazníky, tím efektivněji s nimi můžete komunikovat. K tomu, abyste je lépe poznali, vám poslouží **vlastní „1st party data“**. Jde o informace, které získáváte přímo od svých uživatelů a díky nimž lépe porozumíte jejich chování a potřebám.

5 výhod vlastních dat, které vám dají náskok před konkurencí

2 Budete komunikovat správným směrem

Pokud oslovíte masu lidí stejnou nabídkou, nebude to fungovat. S vlastními daty můžete tvořit personalizované kampaně šité na míru konkrétním skupinám zákazníků.

4 Ochráníte soukromí zákazníků

V době přísnějších regulací a postupného konce cookies třetích stran jsou vlastní data bezpečným a udržitelným řešením. Lidé vám je poskytují dobrovolně, a vy tím získáváte cenné informace v souladu s pravidly ochrany osobních údajů.

1 Přesně poznáte své zákazníky

Na rozdíl od cookies třetích stran, které mohou být nepřesné a zastaralé, jsou vaše vlastní data relevantnější a aktuálnější. Jednoduše díky nim zjistíte, kdo jsou vaši zákazníci, co si prohlížíjí i co nakupují.

3 Zlepšíte zákaznickou zkušenost

Když své zákazníky dobře znáte, můžete jim nabídnout lepší služby a obsah. Ať už jde o chytré doporučování relevantních produktů, nebo efektivní zákaznickou podporu, vlastní data vám pomůžou budovat dlouhodobé vztahy a loajalitu.

5 Budete nezávislí na externích zdrojích

Spoléhat na data od třetích stran znamená být závislý na externích dodavatelích, jejich algoritmech a změnách v legislativě. S vlastními daty se nemusíte ohlížet na cizí rozhodnutí.

Jak jste na tom s marketingovými daty vy?

Ať už zákaznická data používáte, nebo ne, rádi vám doporučíme vhodné cílení:

Mám data

- Cílení na vlastní seznamy zákazníků
- Lookalike cílení

Nemám data

- Sociodemografické cílení
- Cílení na zájmy
- Dynamický retargeting návštěvníků Seznamu
- Kontextová cílení

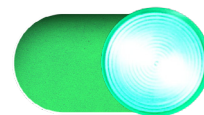


2

Vlastní data



Pracujte s lidmi, kteří už vás znají



Oslovte své zákazníky, kteří vám k tomu udělili souhlas. **Cílením na vlastní seznamy zákazníků** nahradíte objednávky z retargetingových kampaní – a možná jejich objem dokonce navýšíte. Vytvořit můžete i publika, která v běžném retargetingu chybí, třeba seznam uživatelů, kteří si pořídili konkrétní produkt, jsou z určitého města a podobně.



Jak s vlastními seznamy pracovat



Propagujte sezónní zboží

Oslovte třeba zákazníky, kteří si u vás loni koupili bazén, a nabídněte jim bazénovou chemii.



Nabídněte nové verze produktu

Zasáhněte zákazníky, kteří si pořídili předchozí model, a nabídněte jim novější verzi nebo příslušenství.



Motivujte k nákupu speciální slevou

Motivujte zákazníky, kteří u vás delší dobu nenakoupili, slevovou nabídkou.



Informujte o otevření kamenné prodejny

Upozorněte zákazníky z určité lokality na otevření nové prodejny v jejich městě.



Nabídněte upsell a související produkty

Nabídněte zákazníkům doplňkové služby, jako je zazimování bazénu, nebo zboží podobné tomu, co obvykle nakupuje.

Cílení, které funguje, shodují se inzerenti

NOTINO

Případová studie
[Notino](#)



Výhodný
Software

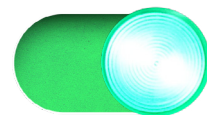
Případová studie
[Výhodný software](#)

TRIUMPH

Případová studie
[Triumph](#)



Oslovte nové zákazníky, kteří se chovají jako ti vaši



Lookalike cílení využívá data z retargetingových kódů Skliku a strojové učení k nalezení nových uživatelů, kteří se chováním podobají vašim zákazníkům. Díky třem možnostem modelování zásahu – přesnému, optimálnímu a širokému – můžete finální podobu nového publika zpřesnit i rozšířit.

Prozkoumejte výhody
Lookalike cílení



3 důvody, proč vyzkoušet Lookalike cílení



Budete mít víc konverzí

Oslovíte relevantní uživatele podobné vašim zákazníkům, a tím zvýšíte pravděpodobnost konverze.



Snížíte náklady na akvizici

Reklamy se zobrazí lidem s vyšším potenciálem nákupu, čímž se sníží náklady na akvizici.



Rozšíříte svůj dosah

Cílení můžete využívat v kombinaci s většinou reklamních formátů i typů kampaní.



Zpřesněte zásah díky sociodemografii

Zasáhněte své zákazníky pomocí **sociodemografického cílení**, které zobrazuje reklamy konkrétním skupinám podle věku, pohlaví a dalších charakteristik. Díky chytrým technologiím navíc přesnost tohoto cílení stále vylepšujeme, aby vaše kampaně byly ještě relevantnější a efektivnější.



Jak data získáváme

U **přihlášených uživatelů** pracujeme s informacemi, které zadali při registraci do Seznam účtu. Díky tomu máme k dispozici vysoce přesné údaje.



U **nepřihlášených uživatelů** využíváme pokročilé metody strojového učení, které analyzují chování na internetu. Tím dokážeme velmi přesně odhadnout věk a pohlaví uživatele.

Co vám přinese sociodemografické cílení



Přesněji zasáhnete cílovou skupinu

Reklama cílená na správné publikum a konkrétní skupiny, které mají o váš produkt nebo službu zájem, má větší šanci na úspěch.



Effektivněji využijete rozpočet

Díky lepší přesnosti neplýtváte penězi na oslovení publik, která pro vás nejsou relevantní. Tím snížíte náklady na získání zákazníka a vylepšíte návratnost investic.



Zapojíte více lidí

Reklamy, které odpovídají jejich věku a potřebám, mají větší šanci na reakci – ať už jde o kliknutí, návštěvu webu nebo nákup.



Zlepšíte uživatelskou zkušenost

Lidé ocení obsah, který je skutečně zajímavý. Díky tomu podpoříte pozitivní vztah se značkou.

Přesnost sociodemografického cílení je v případě pohlaví až **90 %**.

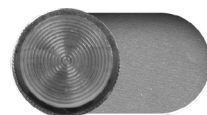


5

Sociodemografické cílení



Víte, co vaše zákazníci baví? Zužitkujte to



S **cílením na zájmy** oslovíte uživatele na základě jejich dlouhodobého chování. Z nabídky zájmů vyberete ty charakteristické pro publikum, které chcete svou reklamou zasáhnout. Čím přesněji zájmy identifikujete, tím výkonnější budou vaše kampaně.

Jak jsme vylepšili cílení na zájmy

Naše inovované cílení využívá hluboké neuronové sítě, pokročilé jazykové modely a metody strojového učení. Díky tomu přináší přesnější segmentaci uživatelů a lepší výsledky reklam. Co jsme oproti minulosti vylepšili?

- Pokročilé jazykové modely vyhodnocují nejen slova, ale i kontext.
- Neuronové sítě zlepšují klasifikaci a eliminují chyby při zařazování.
- Průběžně identifikujeme a odstraňujeme chyby v klasifikaci zájmů.
- **Zvýší míru prokliku v průměru o 14 % díky relevantnějšímu publiku.**
- Zajistí lepší zařazení uživatelů na základě hlubší analýzy obsahu.
- Přesnější cílení usnadní klasifikaci zájmů.



Jak nové cílení na zájmy zlepší vaše kampaně

Zvýšili jsme kvalitu napříč zájmy



+70 %

Nemovitosti



+70 %

Vzdělávání a kultura

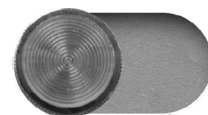


+30 %

Elektronika



Vsad'te na přesná data od Seznamu



Pokud máte e-shop, s **Dynamickým retargetingem návštěvníků Seznamu** oslovíte uživatele, kteří se o vaše produkty zajímali na Seznamu nebo Zboží.cz. Reklamy se zobrazují v rozsáhlé obsahové síti Skliku včetně domovské stránky Seznam.cz, na portálech, jako jsou Novinky.cz, Sport.cz nebo Proženy.cz, a na dalších partnerských webech.



Jaké jsou výhody tohoto cílení



Sleduje chování uživatelů

Pokud uživatel navštíví váš e-shop, prohlíží si produkty nebo je vloží do košíku, Sklik si interakci zapamatuje díky implementovanému retargetingovému kódu.



Vytváří personalizované reklamy

Na základě chování uživatele systém automaticky generuje bannery s produkty, které si návštěvník prohlížel nebo by o ně mohl mít zájem.



Optimalizuje zobrazení v reálném čase

Cílení využívá pokročilé algoritmy strojového učení, které vyhodnocují, kdy a kde je nejlepší reklamu zobrazit.

Co vám Dynamický retargeting návštěvníků Seznamu přinese

- **Zvýší konverzní poměr**
Oslovíte uživatele, kteří už vaši značku znají a je u nich vyšší pravděpodobnost nákupu.
- **Automatizuje a personalizuje**
Nemusíte ručně vytvářet jednotlivé reklamy, systém je vygeneruje automaticky podle zájmu zákazníka.
- **Rozšiřuje zásah**
Reklamy se zobrazí v celém ekosystému Seznamu, který denně navštíví miliony uživatelů.
- **Maximalizuje efektivitu rozpočtu**
Zaplatíte pouze za relevantní prokliky, a tím maximalizujete návratnost investic do reklamy.



Bud'te ve správný čas na správném místě

Aby reklama oslovila vhodného zákazníka, nestačí jen přesně definovat cílovou skupinu. Důležité také je, kde se zobrazí. S **kontextovým cílením** oslovíte uživatele právě ve chvíli, kdy se zajímají o spřízněné téma, čtou související článek nebo tráví čas na konkrétním webu.

V Skliku můžete využít tato kontextová cílení:

- **Cílení na témata: reklama na stránkách souvisejících s vašimi produkty**

Pokud chcete, aby se vaše reklama zobrazovala na stránkách s určitým zaměřením, je pro vás cílení na témata správnou volbou. Stačí si vybrat okruhy, které odpovídají vašemu sortimentu nebo službám.

Nabízí váš e-shop sportovní potřeby? Ideální pro vás budou témata Fitness, Móda a oblečení nebo Sporty. V Skliku najdete desítky témat, ze kterých si jistě vyberete.

- **Cílení na umístění: reklama na konkrétních webech**

Chcete, aby se vaše reklama zobrazovala na konkrétních stránkách Seznamu? Cílení na umístění umožňuje zvolit přesné weby nebo sekce, kde chcete být vidět.

Pokud tušíte, že se vaši zákazníci vyskytují mezi čtenáři webu Novinky.cz, pohybují se na domovské stránce Seznamu nebo navštěvují úzce zaměřený web Garáž.cz, hodí se cílení na umístění právě pro vás.

- **Cílení na klíčová slova: maximální přesnost v obsahu**

Chcete, aby vaše reklama byla vidět přesně tam, kde lidé hledají informace o vašem produktu? Cílení na klíčová slova zajistí, že se reklama objeví v článcích a obsahu, kde se vyskytují relevantní pojmy.

Chcete, aby vaše reklama byla vidět v článcích o nejnovějším modelu mobilního telefonu nebo třeba o zahradních jezírkách? S cílením pomocí klíčových slov to není problém.



Jaké kontextové cílení zvolit

Pokud chcete
široký zásah

Cílení na témata

Pokud chcete být vidět
na konkrétních stránkách

Cílení na umístění

Pokud hledáte
maximální přesnost

**Cílení na klíčová
slova**

Jak vlastní data získat a proč jsou klíčem k úspěchu

V době, kdy se regulace ochrany osobních údajů zpřísňují a třetí strany přicházejí o možnost sledování uživatelů, se data, která získáváte přímo od uživatelů, stávají **nejhodnotnějším a nejspolehlivějším zdrojem informací o zákaznících.**



Jak vlastní data získat a pracovat s nimi

1 Přímá interakce se zákazníky: Využijte formuláře, ankety a zákaznické účty

- **Registrační formuláře a zákaznické účty**

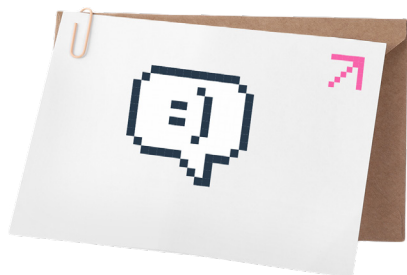
Nabídněte výhody za registraci, například slevu na první nákup, personalizovaný obsah nebo rychlejší vyřízení objednávky.

- **Ankety a dotazníky**

Krátké a jasné otázky vám pomohou lépe poznat potřeby zákazníků. Bude pro vás pak snadnější segmentovat uživatele pro cílené nabídky.

- **Gamifikace**

Umožněte uživatelům „odemknout“ speciální nabídky, pokud vyplní svůj profil nebo se zapojí do kvízu.



2 E-mailový marketing: Pracujte chytrě s newslettery

- **Obsah na míru**

Umožněte zákazníkům vybrat si oblíbená témata a frekvenci zasílání e-mailů.

- **Segmentace na základě chování**

Sledujte, které e-maily zákazníci otevírají, na co klikají a jaké nabídky je zajímají.

- **A/B testování**

Průběžně testujte, jaké předměty e-mailů nebo typ obsahu fungují nejlépe pro různé segmenty uživatelů.



9

Jak získat vlastní data



3 Webová analytika: Sledujte chování lidí na vašem webu

- **Sledování nákupního procesu**

Zkoumejte, odkud zákazníci odcházejí nebo které produkty si nejčastěji prohlížejí.

- **Personalizace obsahu**

Pokud návštěvník často prohlíží konkrétní kategorii produktů, ukažte mu související nabídky.

- **Integrace s CRM**

Propojte data z webu se svým systémem pro správu zákazníků a vytvořte ucelený pohled na každého klienta.

4 Věrnostní programy: Pečujte o své zákazníky

- **Registrace s osobními údaji**

Nabídněte zákazníkům exkluzivní výhody výměnou za vytvoření účtu.

- **Historie nákupů**

Sledujte, jaké produkty zákazníci kupují nejčastěji, a využijte data k cíleným nabídkám.

- **Body za aktivitu**

Odměňujte zákazníky nejen za nákupy, ale i za recenze, sdílení obsahu nebo doporučení přátelům.

Bud'te o krok napřed

S postupným přechodem na marketing bez cookies třetích stran se vlastní data stávají základem úspěchu.

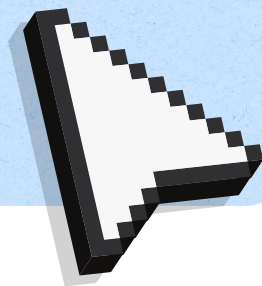
Firmy, které se na ně spolehnou, budou mít:

- **Přesnější cílení reklam** bez závislosti na externích dodavatelích dat.
- **Vyšší míru konverzí** díky personalizovaným nabídkám.
- **Větší kontrolu nad svými daty** díky nezávislosti na třetích stranách.
- **Spokojené a loajální zákazníky**, protože relevantní a personalizovaný obsah zkrátka funguje.

Šetřete práci i čas

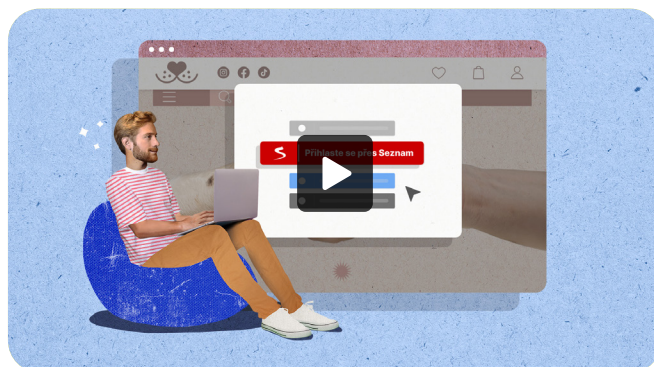
Chcete-li být při nakládání s vlastními daty ještě efektivnější, využijte nástroje, které vám díky API integraci usnadní import seznamů zákazníků do Skliku.

Prozkoumat nástroje



Přihlášení přes Seznam: Jednodušší cesta k uživatelům

Chcete lidem usnadnit přihlášení? S **tlačítkem od Seznamu** se přihlásí na pár kliknutí přes svůj e-mail. Vy získáte cenná data pro personalizaci obsahu, lepší komunikaci a cílený marketing.



Objevte, jak
funguje Přihlášení
přes Seznam



5 důvodů, proč lidem nabídnout tlačítko Přihlášení přes Seznam

1 Jednoduchost a bezpečnost

Uživatelé preferují rychlé přihlášení bez vyplňování formulářů a vymýšlení nových hesel. K Přihlášení přes Seznam stačí jedno kliknutí a funguje i s e-mailem mimo Seznam.

2 Snadná implementace

Stačí pár řádků kódu a Přihlášení přes Seznam můžete využívat i na svém webu nebo e-shopu. A navíc zdarma.

3 Retargeting a měření konverzí

Přihlášení přes Seznam vám pomůže oslovit uživatele, kteří už váš web navštívili, a zacílit na ta nejkonverznější publika.

4 Personalizace obsahu

Přihlášení uživatelé vidí obsah přizpůsobený jejich zájmům, což zlepšuje uživatelský zážitek, posiluje loajalitu a zvyšuje šanci na konverzi.

5 Vyšší motivace k přihlášení

Lidé Seznamu důvěřují, a když uvidí možnost přihlásit se přes něj, pravděpodobnost, že tlačítko využijí, roste.

Více o Přihlášení přes Seznam



Jak uživatele motivovat k přihlášení

Každý e-shop chce loajální zákazníky, kteří se vrací. Pokud se uživatel do vašeho webu přihlásí, můžete mu nabídnout speciální výhody nebo personalizovaný obsah, a tím jeho loajalitu ještě upevnit. A navíc ho dokážete oslovit i bez cookies třetích stran.

Jak na to? Nabídněte přihlášeným zákazníkům speciální výhody, ke kterým se nepřihlášení uživatelé nedostanou. Může jít o slevový kód, dárek k nákupu nebo příjemnější zážitek při procházení webu.

Získejte zákazníky na svou stranu

Jedním z nejsilnějších argumentů jsou **exkluzivní výhody**. Nabídněte uživatelům něco navíc – slevové kódy, prodlouženou záruku, dopravu zdarma nebo možnost sledování dostupnosti produktů. Fungují také věrnostní programy, které odměňují registrované uživatele za nákupy či aktivitu na webu.

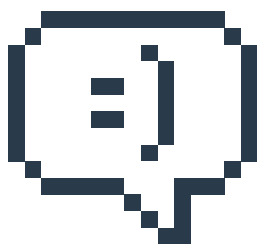
Další účinnou strategií jsou **interaktivní prvky a soutěže**. Uživatelé se rádi zapojují do her, jako je kolo štěstí nebo adventní kalendář, kde je registrace podmínkou účasti. Motivovat je můžete i usnadněním nákupního procesu – může jít třeba o zrychlení objednávky díky uloženým údajům nebo přístup k historii nákupů.



Nenechávejte si výhody přihlášení pro sebe

Zákazníci zpravidla možností, které jim zpřijemní nakupování, vítají. Na vás proto je, aby se o nich dozvěděli. Díky tomu budou mít důvod se přihlásit. Informace o tom, jaké výhody přihlášení přináší, připomínejte atraktivní formou na více místech:

- Při vstupu na web
- V nákupním košíku a při dokončování objednávky
- Pop-upem nebo bannerem na webu
- Na produktových kartách
- V reklamě mimo web (Sklik, Google)
- Na sociálních sítích
- V newsletterech



I vy můžete mít úspěšné kampaně. Začít můžete třeba hned

Úspěšná reklamní kampaň začíná správným cílením. A my jsme vám ukázali, **jak efektivně oslovit zákazníky díky cílení od Seznamu**. Pojdme si shrnout to nejdůležitější:



Vlastní data jsou klíčem k úspěšným kampaním, protože vám poskytnou přesnější cílení, vyšší návratnost investic a nezávislost na externích zdrojích.



Cílení na vlastní seznamy zákazníků a Lookalike publika vám umožní oslovit relevantní uživatele s vysokým potenciálem konverze.



Sociodemografické a zájmové cílení vám pomůže zasáhnout publikum podle věku, pohlaví či zájmů na základě pokročilé datové analýzy.



Dynamický retargeting zákazníků Seznamu vám umožní přivést zpět potenciální zákazníky, aniž by museli navštívit váš web.



Kontextové cílení zajistí, že vaše reklama osloví uživatele přesně ve chvíli, kdy se zajímají o dané téma.



Přihlášení přes Seznam je jedním z nejefektivnějších způsobů, jak získat cenná data a lépe poznat své zákazníky.

Cílená reklama není náhoda – je to strategie. Čím lépe pochopíte své publikum, tím úspěšnější budou vaše kampaně.

A teď už je řada na vás. Držíme vám palce.

Chcete si vše rovnou vyzkoušet?

Přihlaste se do Skliku a začněte s efektivním cílením ještě dnes.

Chci to zkusit

Máte otázky?

Kontaktujte nás a my vám rádi poradíme.

Chci poradit



11 Závěr



SEZNAM.CZ

