

Cookieless cílení v Skliku



Tereza Brožová a Jakub Loula
Konzultanti Sklik





Seznam v číslech



Téměř

4 mil.

reálných uživatelů denně
na domovské stránce



Více než

30

produktů a služeb



74 %

přihlášených uživatelů
na domovské stránce denně



Měsíční zásah

95 %

české internetové
populace

Naše média



> 187 tis.

posluchačů
rádií týdně



450 tis.

digitálních poslechů
podcastů za týden



1,5 mil.

divácký zásah
Televize Seznam

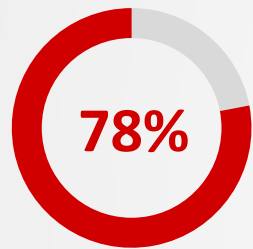


8 mil.

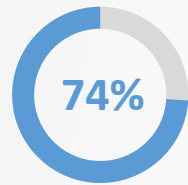
zhlédnutých videí na
videoportálu Stream týdně



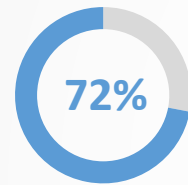
Seznam jako nejnavštěvovanější stránka českého internetu



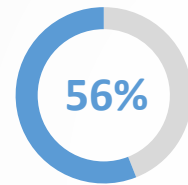
Seznam.cz



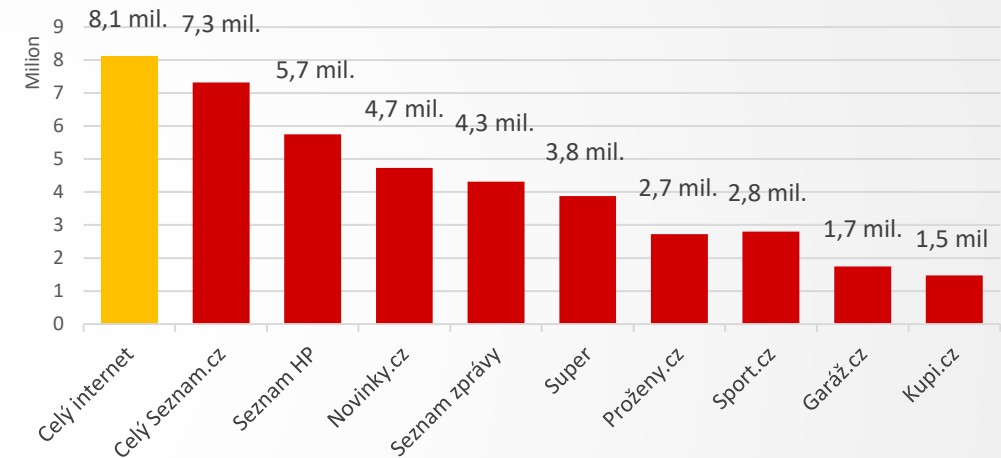
Google.cz



Facebook



YouTube



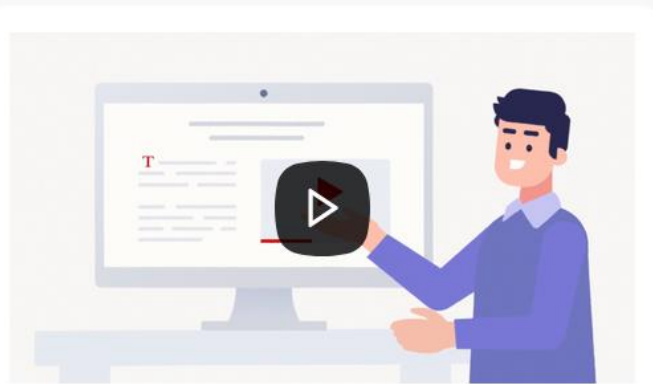
78 % uživatelů navštěvuje **Seznam.cz** denně nebo alespoň 2-3x týdně



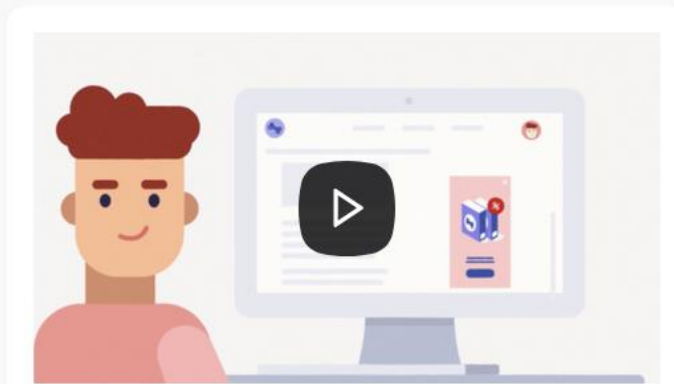
Celkový počet uživatelů vs. uživatelé Seznamu

Přihlášení přes Seznam

Jaké výhody vám nasazení tlačítka může přinést



Mám e-shop



Mám obsahový web



Přihlášení přes Seznam vám zvýší zisky

- Lidé Seznamu důvěřují
- Jednoduchost a přehlednost
- Chráníte své zisky z reklamy
- Personalizace obsahu



Sklik

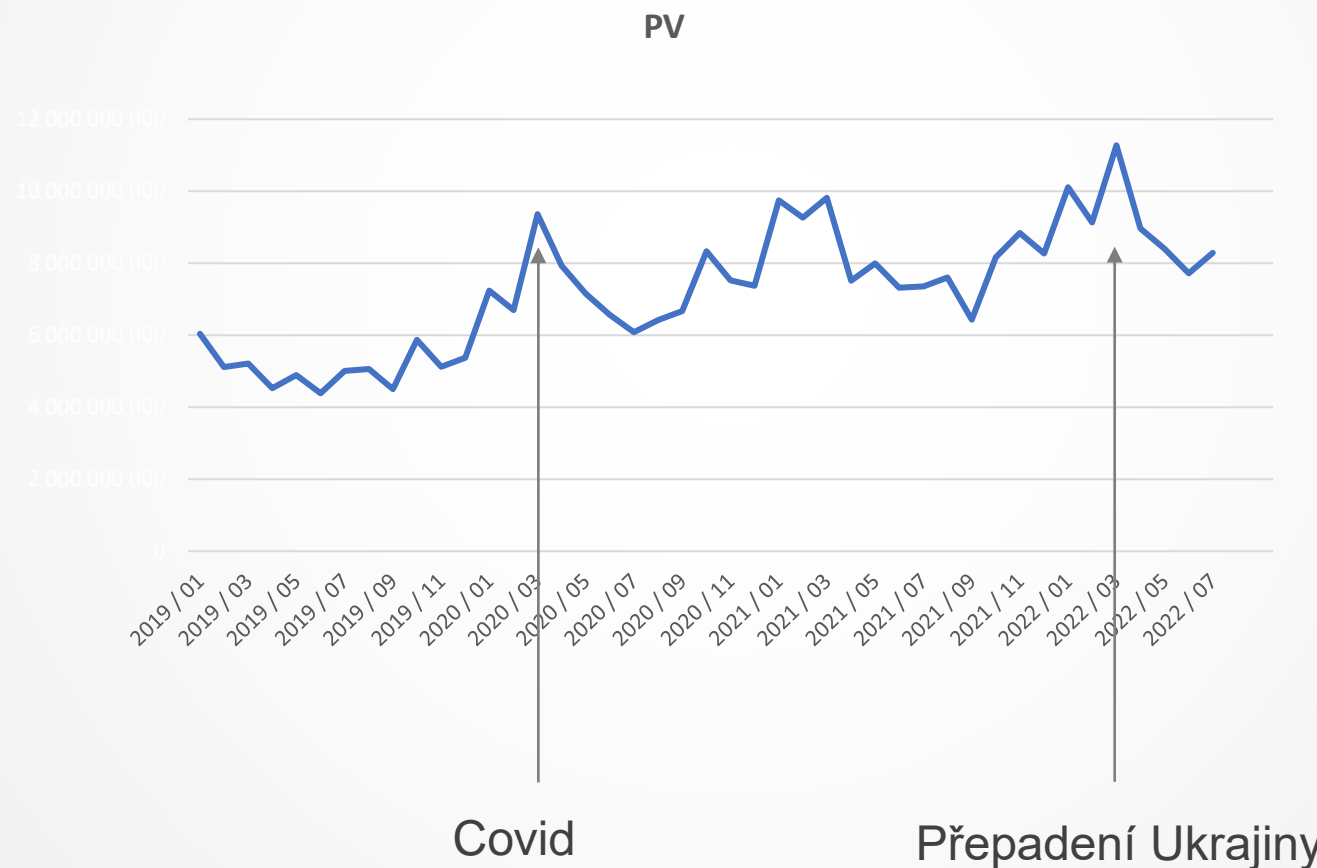
Zásah Skliku

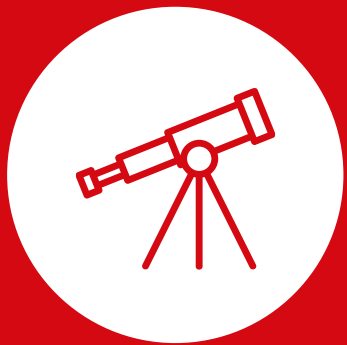
95 % internetové populace = **7,3 mio uživatelů**



Stabilní objemy na obsahové síti Sklik

Vývoj počtu impresí





**Obsahová síť:
nejrelevantnější
weby**

Kategorizace českého internetu dle Netmonitoru

Kategorie dle Netmonitor

Komunikační služby	E-commerce - obsah	Sport
Auto-Moto - obsah	E-commerce - prodej	Tv, rádia
Auto-Moto - prodej	Ekonomika, finance, právo	Těhotenství a rodičovství
Bulvární magazíny	HP rozcestníků	Zdraví
Bydlení a reality - obsah	IT servery, mobilní a digitální technologie	Zpravodajství
Bydlení a reality - prodej	Komunitní a teens servery, fotogalerie	Zábava a hry
Cestování - obsah	Magazíny zaměřené na ženy a módu	Zájmové servery, hobby
Cestování - prodej	Mužské magazíny o životním stylu	
Databáze a katalogy	Společenské magazíny	



Kategorizace českého internetu dle Netmonitoru

Kdo jsou ne-seznamovské jedničky?

Kategorie dle Netmonitor	Neseznamovská TOP 1 (podle RU v 07.2022)
Komunikační služby	-
Auto-Moto - obsah	auto.cz
Auto-Moto - prodej	tipcars.com
Bulvárni magazíny	Extra.cz
Bydlení a reality - obsah	drevostavitel.cz
Bydlení a reality - prodej	idnes.cz Reality iDNES
Cestování - obsah	iprima.cz prima-zoom.cz
Cestování - prodej	neměřené
Databáze a katalogy	csfd.cz
E-commerce - obsah	kompasslev.cz
E-commerce - prodej	heureka.cz
Ekonomika, finance, právo	kurzy.cz
HP rozcestníků	centrum.cz Homepage
IT servery, mobilní a digitální technologie	zive.cz
Komunitní a teens servery, fotogalerie	idnes.cz Rajce.net
Magazíny zaměřené na ženy a módu	iprima.cz prima-zeny.cz
Mužské magazíny o životním stylu	idnes.cz Xman.cz
Společenské magazíny	dotyk.cz
Sport	blesk.cz Blesk.cz - iSport
Tv, rádia	ceskatelevize.cz
Těhotenství a rodičovství	emimino.cz
Zdraví	vitalia.cz
Zpravodajství	idnes.cz iDNES Zpravodajství
Zábava a hry	iprima.cz prima-cool.cz
Zájmové servery, hobby	toprecepty.cz



Kategorizace českého internetu dle Netmonitoru

Které ne-seznamovské jedničky jsou v Obsahové síti Sklik?

Kategorie dle Netmonitor	Neseznamovská TOP 1 (podle RU v 07.2022)	Je v OS Sklik? A/N	
Komunikační služby	-	-	
Auto-Moto - obsah	auto.cz	A	←
Auto-Moto - prodej	tipcars.com	N	
Bulvární magazíny	Extra.cz	A	←
Bydlení a reality - obsah	drevostavitel.cz	A	←
Bydlení a reality - prodej	idnes.cz Reality iDNES	A	←
Cestování - obsah	iprima.cz prima-zoom.cz	A	←
Cestování - prodej	neměřené	-	
Databáze a katalogy	csfd.cz	A	←
E-commerce - obsah	kompasslev.cz	N	
E-commerce - prodej	heureka.cz	N	
Ekonomika, finance, právo	kurzy.cz	A	←
HP rozcestníků	centrum.cz Homepage	A	←
IT servery, mobilní a digitální technologie	zive.cz	A	←
Komunitní a teens servery, fotogalerie	idnes.cz Rajce.net	A	←
Magazíny zaměřené na ženy a módu	iprima.cz prima-zeny.cz	A	←
Mužské magazíny o životním stylu	idnes.cz Xman.cz	A	←
Společenské magazíny	dotyk.cz	A	←
Sport	blesk.cz Blesk.cz - iSport	A	←
Tv, rádia	ceskatelevize.cz	N	
Těhotenství a rodičovství	emimino.cz	A	←
Zdraví	vitalia.cz	A	←
Zpravodajství	idnes.cz iDNES Zpravodajství	A	←
Zábava a hry	iprima.cz prima-cool.cz	A	←
Zájmové servery, hobby	toprecepty.cz	A	←



My jsme light- a non-users Seznamu.cz. Těší nás

Je nás docela dost: 36 % české online populace.

Od průměrné české online populace se lišíme v tom, že jsou mezi námi více zastoupeni například:

- mladí Češi (18–29 let)
- obyvatelé měst (nad 100 000 obyvatel)
- ti, kdo se ve volném čase věnují osobnímu rozvoji nebo sledování filmů



My jsme light- a non-users Seznamu.cz. Těší nás

Samozřejmě, že nás zastihnete na

- Gmailu
- Youtube
- Facebooku (FB Watch)
- Twitchi
- Netflixu
- Instagram Reels



My jsme light- a non-users Seznamu.cz. Těší nás

A taky nás zastihnete na:

- Idnes.cz
- Aktualne.cz
- Ihned.cz
- Nova.cz
- TN.cz
- Lidovky.cz
- Blesk.cz
- Denik.cz
- Centrum.cz
- Reflex.cz
- Extra.cz



Průměrný podíl Light- a Non-users Seznamu.cz je na těchto webech **1,9x větší než v běžné online populaci.**



Cookieless - cílení

Cílení v obsahové síti

Využívající cookies

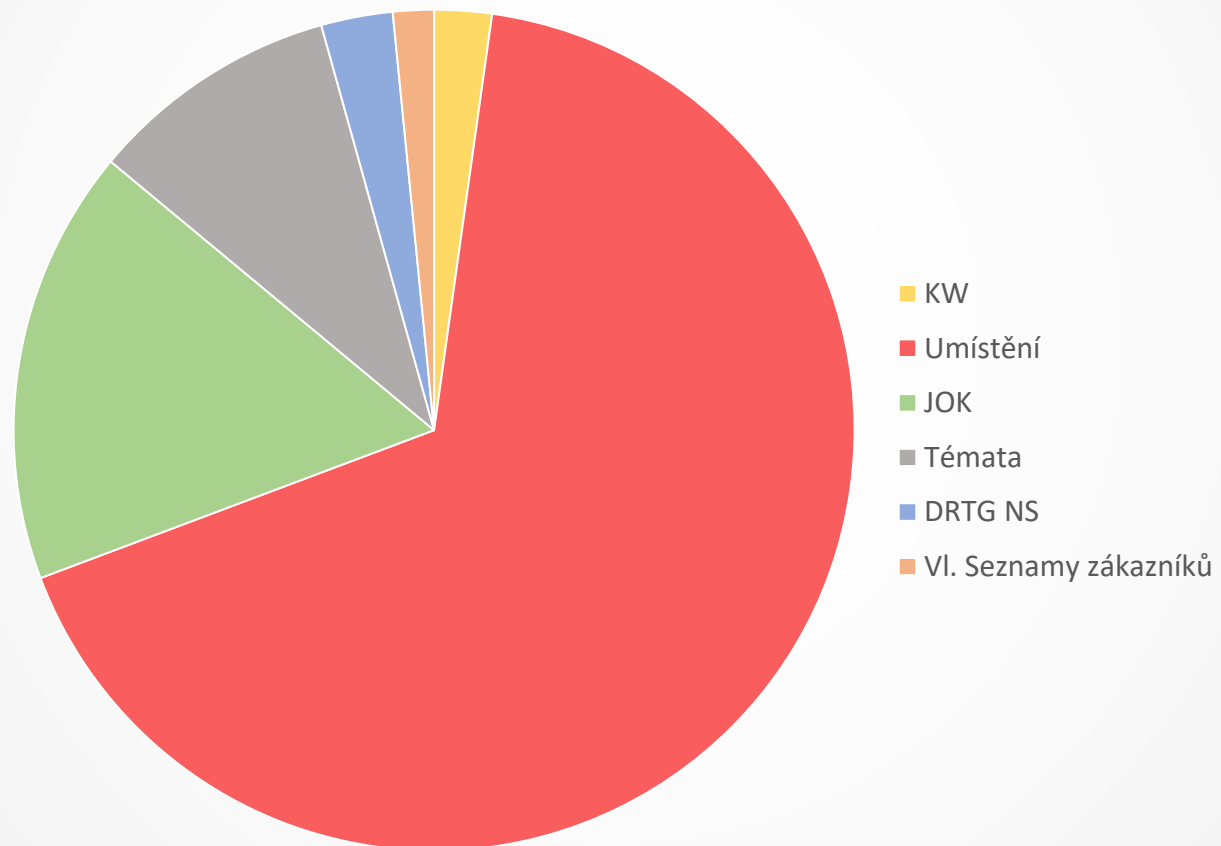
- Zájmy
 - Zájmy o koupi
 - Retargeting
 - Dynamický retargeting
-
- Vlastní seznamy zákazníků
 - DRTG Návštěvníků Seznamu

Cookieless

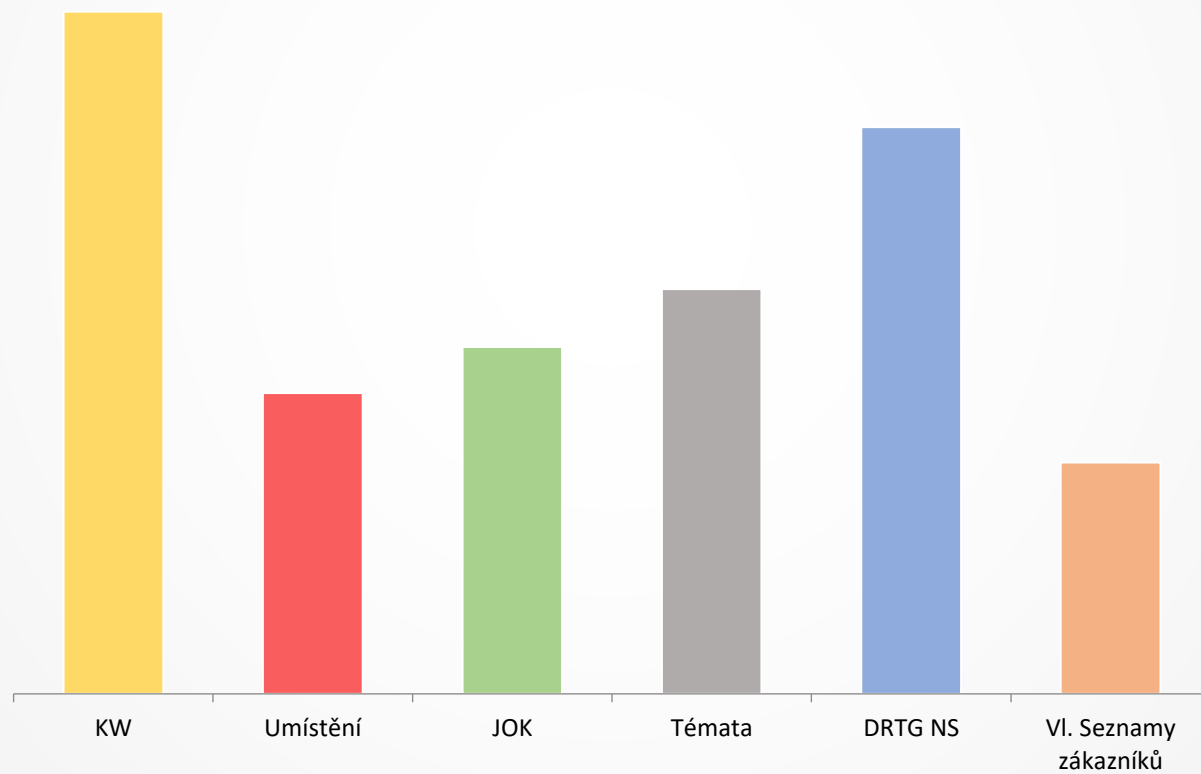
- KW
- Umístění
- Jednoduchá obsahová kampaň
- Témata



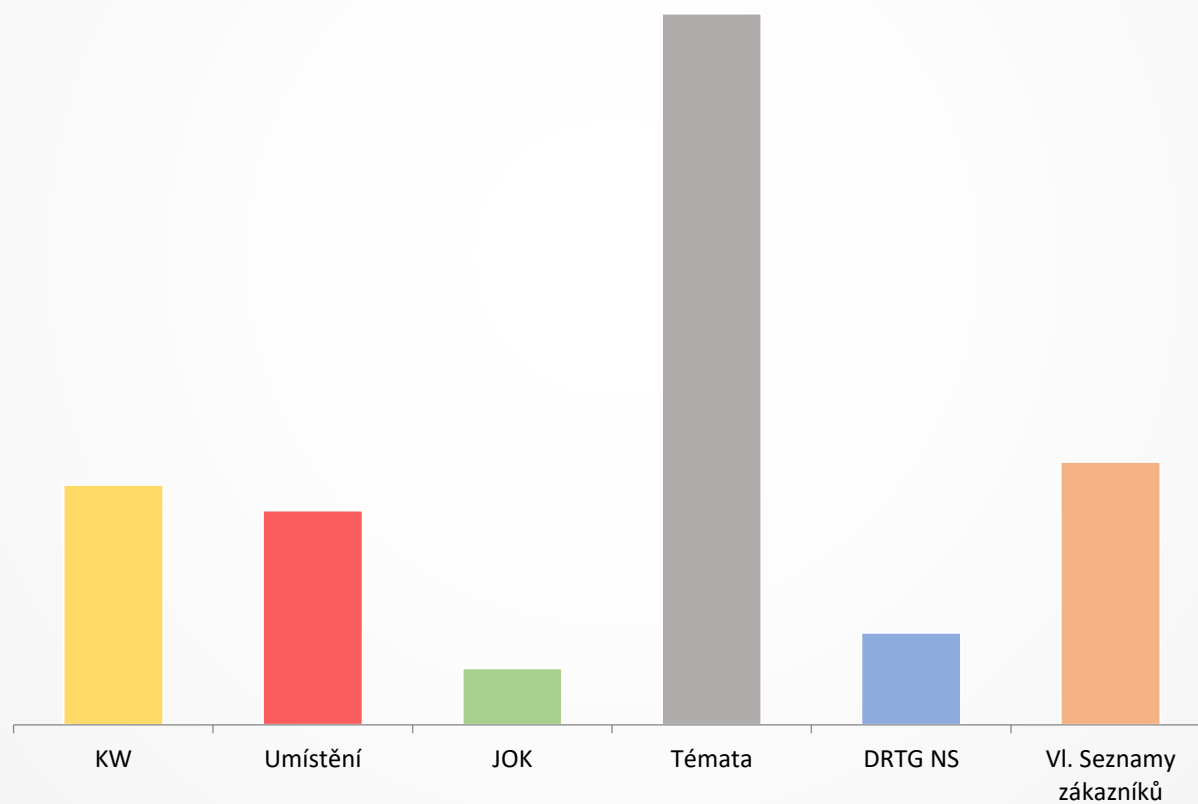
Zásah cookieless cílení



CTR cookieless cílení



Konverzní poměr u cookieless cílení



Case study

Milionové obraty z Skliku bez využití cookies



Ochutnej
Ořech.cz

- klient má velkou konkurenci a proto se již nyní připravuje na cookieless
- nejvíce konverzí klientovi přináší cílení na vlastní seznamy, které se plní automaticky z mailingového nástroje
- dalším cílem je implementace možnosti „Přihlášení přes Seznam“ na web ochutnejorech.cz, které klientovi umožní lépe měřit konverze a využívat retargetingové kampaně



Milionové obraty z Skliku bez využití cookies

Typ cílení	Součet hodnot konverzí
Vlastní seznamy	46 %
Zájmy	21 %
Remarketing – cookies	11 %
Jednoduchá obsahová kampaň	13 %
Umístění	7 %
Zájmy o koupi	2 %
Klíčová slova	0 %
Celkem	100 %



Kombinujete různá cílení

Telly



Jednoduchou obsahovou kampaň

Internetová TV Telly se hodí pro každého. A konkrétně tento typ kampaně agentuře poskytl skvělou možnost oslovení širokého publika a zvýšení trafficu s nízkou CPC ve fázi „**SEE**“.



Kontextové cílení dle klíčových slov

Cílení v obsahové síti podle klíčových slov bylo efektivní volbou pro zobrazování relevantní nabídky uživatelům, kteří se zajímají o televizi. Toto cílení využili ve fázi „**THINK**“.



Retargetingové seznamy z webu

Ve fázi „**DO**“ zacílili na retargetingové krátkodobé seznamy uživatelů z webu a vzhledem ke skvělé nabídce produktu pak i na dlouhodobé.



Vlastní seznamy zákazníků

Tento typ cílení využili ve fázi „**CARE**“ pro up-sell. Publika importují automaticky z Lead Hubu.



Kombinujete různá cílení

Typ cílení

Podíl z utracené částky

Jednoduchá obsahová kampaň	26 %
Klíčová slova	36 %
Retargeting	28 %
Vlastní seznamy	10 %

Formát

Podíl z utracené částky

Kombinovaná reklama	54 %
Bannery	38 %
Branding	8 %



Cílení na DRTG návštěvníků Seznam.cz

Měsíc	Zobrazení	Prokliky	Prům. CPC	Cena	Konverze	PNO
2021/11	5 507 424	33 541	2,0 Kč	66 312 Kč	673	3,52 %
2021/12	10 008 021	62 422	2,7 Kč	166 121 Kč	965	5,18 %
2022/01	10 807 494	69 006	1,5 Kč	105 175 Kč	1 034	3,11 %
Součet	26 322 939	164 969	2,1 Kč	337 608 Kč	2 672	3,99 %



Cílení na DRTG návštěvníku Seznam.cz – největší výhody

- Zákazník nemusí navštívit váš web, abyste jej mohli oslovit
- Oslovujete uživatele, kteří hledají konkrétní produkt
- Bude fungovat i po konci 3p cookies u hlavních prohlížečů



Cílení na vlastní seznamy zákazníků – case study

- 70 % spárovaných adres
- +8,4% vyšší zapojení uživatelů zasažených kampaní



Cílení na vlastní seznamy zákazníků – hlavní výhody

- Inzerent může využít své databáze e-mailových adres
- Je zapotřebí mít alespoň 200 spárovaných validovaných adres
- Bude fungovat i po konci 3p cookies u hlavních prohlížečů



Shrnutí

- Seznam je silné médium
- Přihlášení přes Seznam.cz
- Skrze obsahovou síť Sklik zasáhnete i uživatele, kteří jsou light nebo non-users Seznamu.
- Zásah, CTR a konverzní poměr jednotlivých cílení
- Case study



Kontakt



Tereza Brožová a Jakub Loula
Konzultanti Sklik