

Cílení se vyplácí

Kamil Veselý, Manažer obchodního oddělení
Pavel Šoun, Manažer PPC služeb



SEZNAM.CZ

O čem a s kým to dnes bude?

Cílená display reklama (Kamil)

a retargeting v Skliku (Pavel)

Behavko – co to je?



Behaviorální cílení

- **Behaviorální cílení** – cílení podle chování uživatele
 - Pohlaví
 - Věk
 - Oblast zájmu – (krátkodobá a dlouhodobá)

**Není rozhodující, co kdo o sobě říká, ale jak se opravdu chová
– i na internetu 😊**

**Ot'ukávání
už máme
za sebou**



Ot'ukávání už máme za sebou



- Každý třetí klient využívá behaviorálně cílenou reklamu
- Každá pátá kampaň obsahuje minimálně jeden cílený produkt
- Z 20 oblastí zájmu rozšiřujeme na 50

Kampaně s alespoň jedním BC produktem

Počet provozovatelů s BCR

559

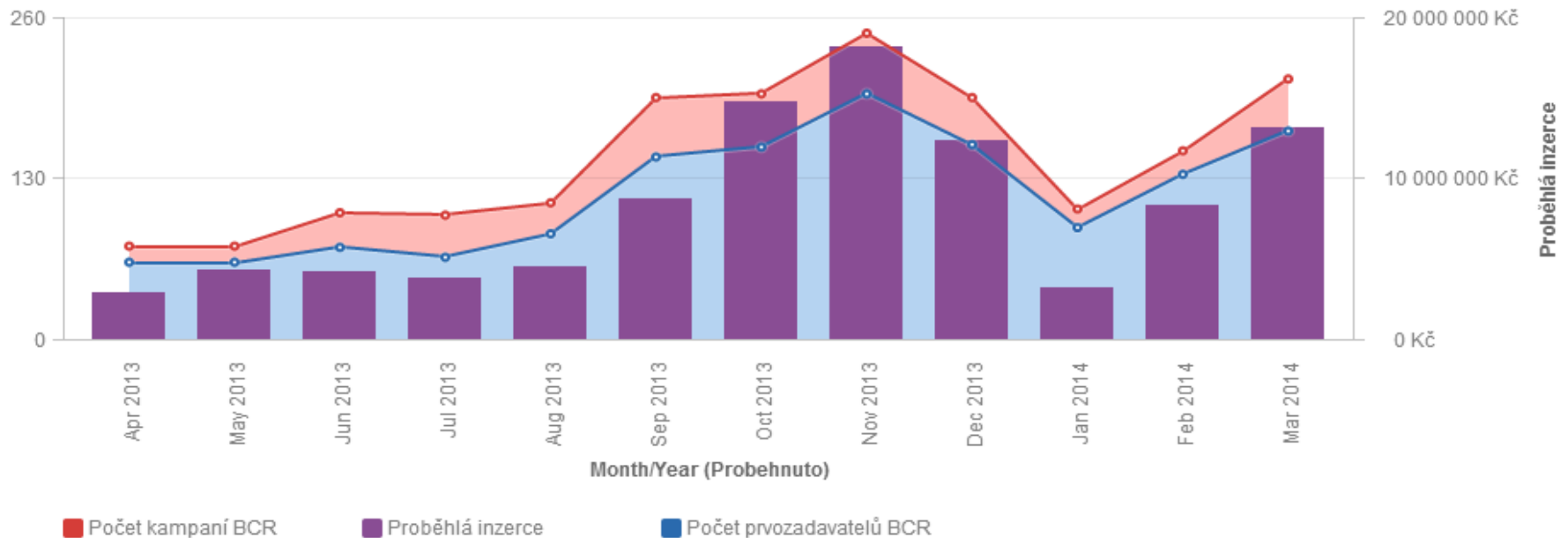
Počet BC kampaní:

1 075

Suma za BC kampaně:

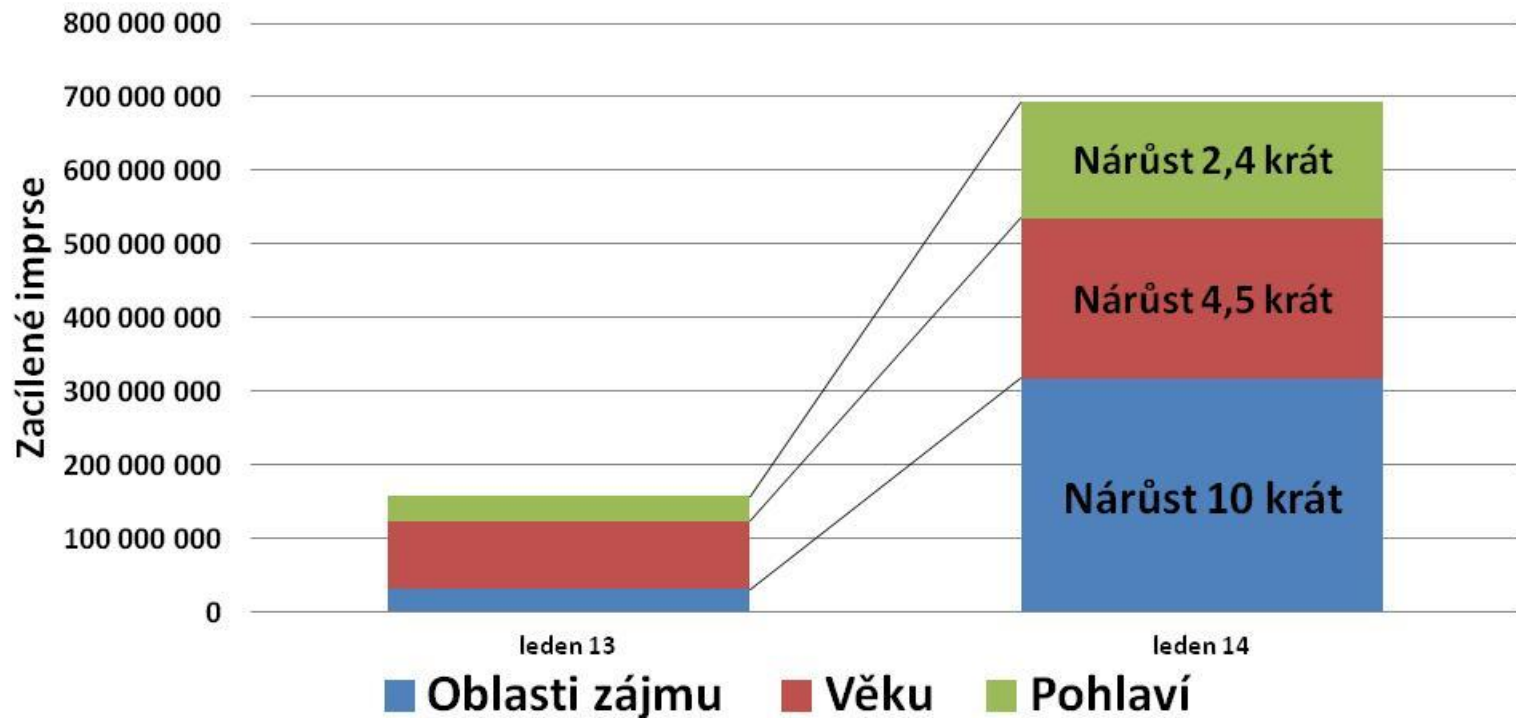
98 725 837 Kč

Počet BCR kampaní, provozovatelů a hodnota cílených produktů - pouze běžné kampaně



Cílení na zájmy vzrostlo 10x

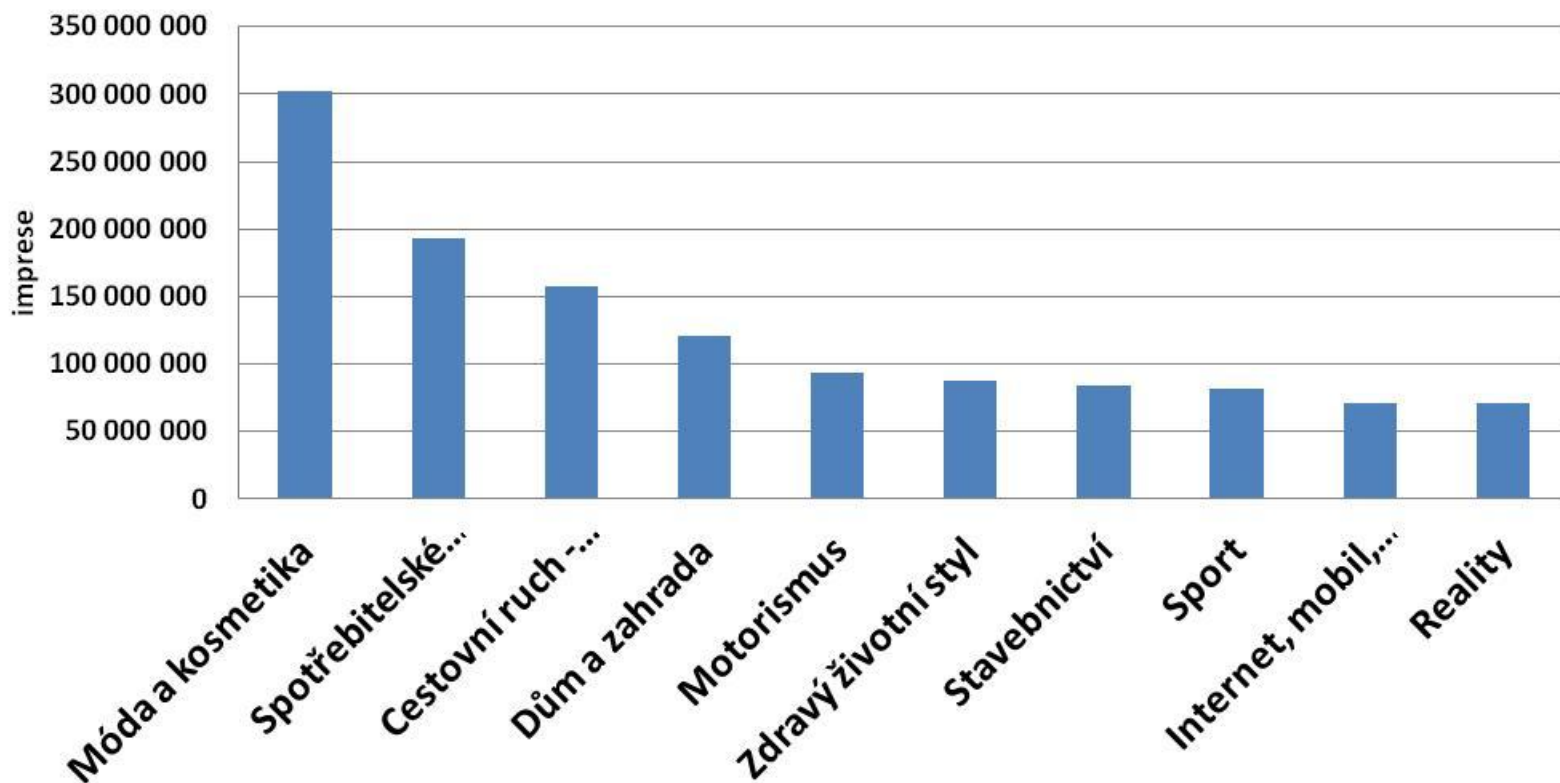
Nárůst prodeje cílených impresí



- Březen 2014 - 13,9% impresí na Seznamu bylo cíleno

Na co inzerenti letí

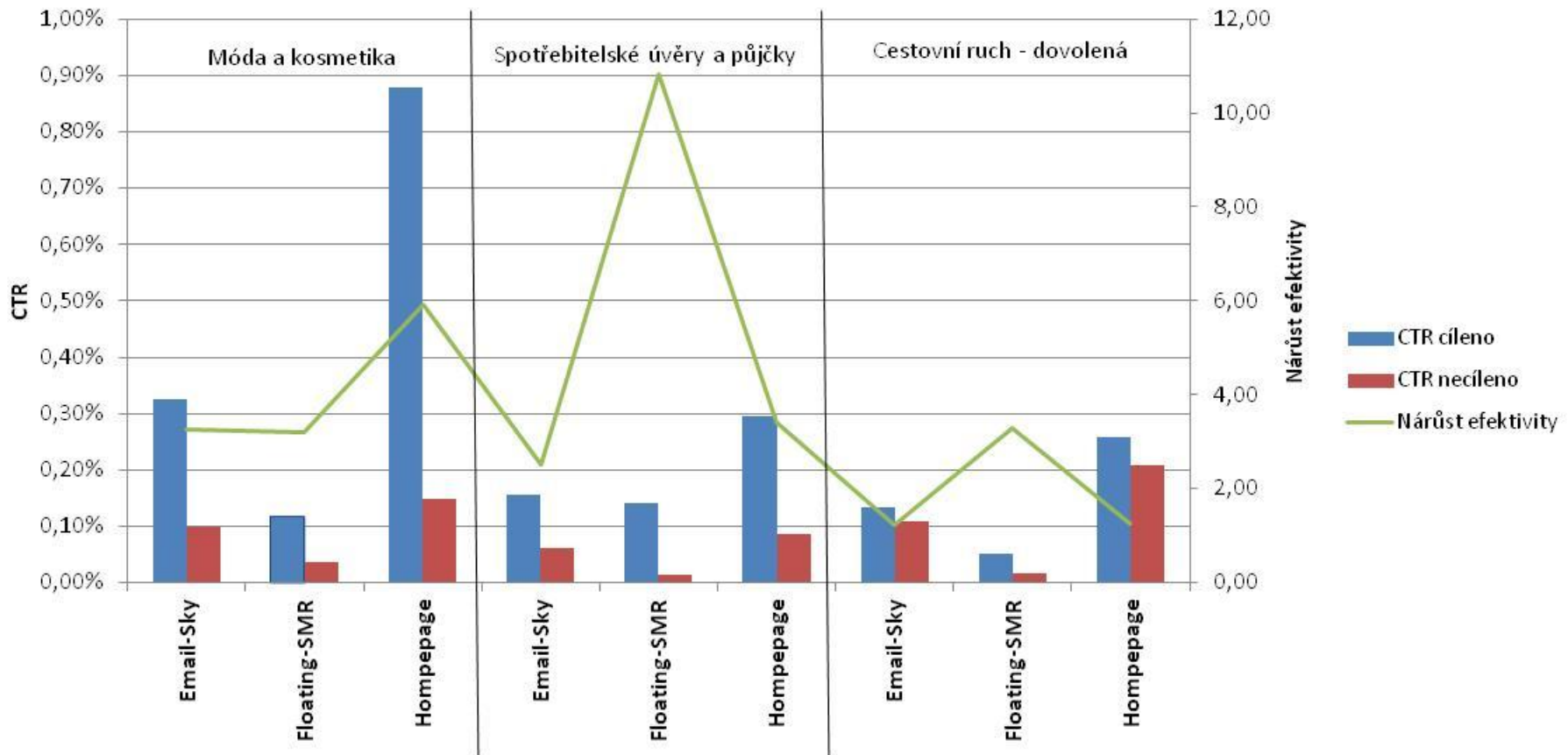
Nejvyužívanější oblasti zájmu



10 nejvyužívanějších OZ generuje téměř polovinu z cílených impresí

Behavko se inzerentům vyplácí

Srovnání CTR cílených a necílených kampaní



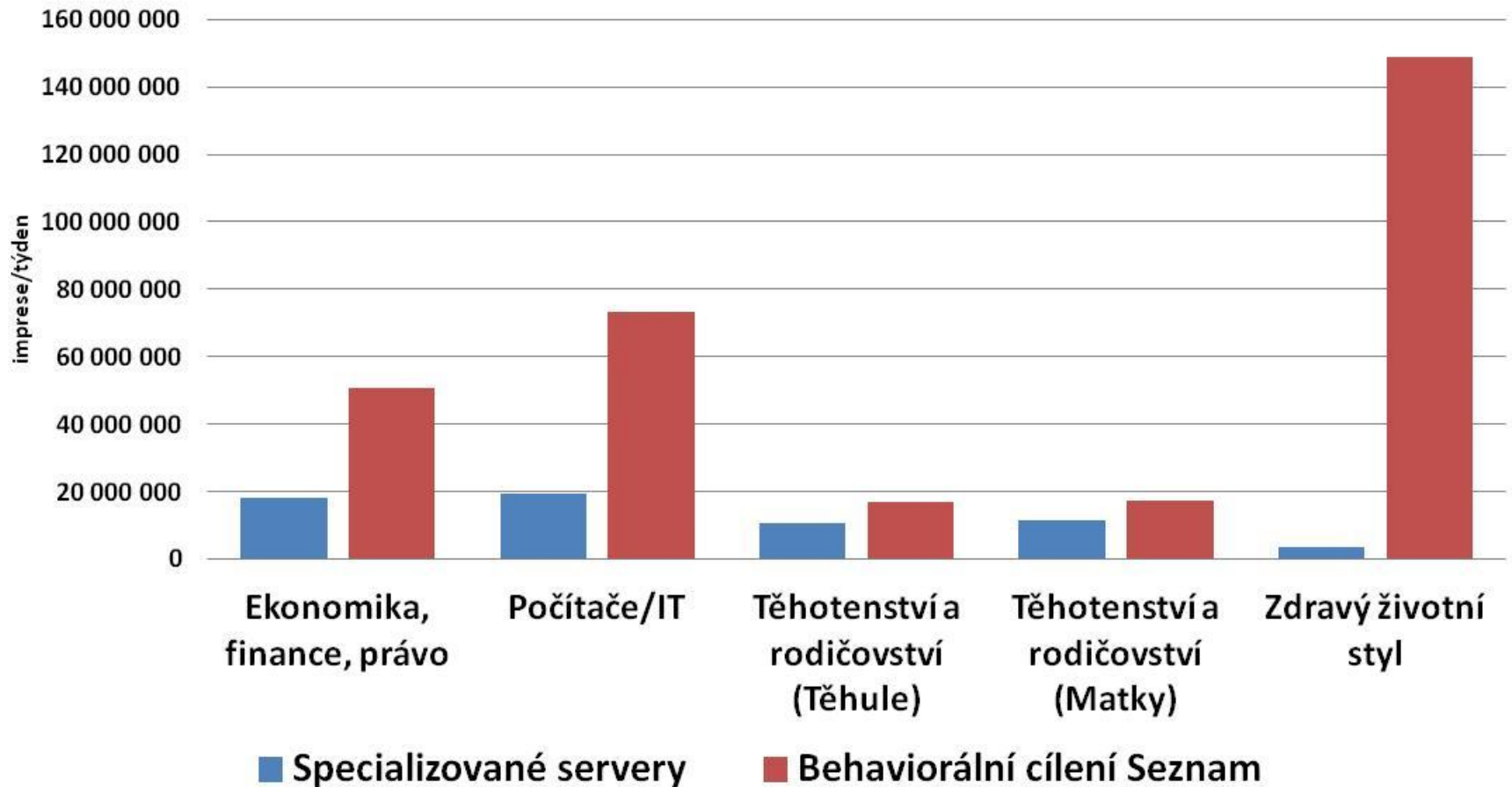
- Cílená reklama může být až 10x efektivnější

**Proč ještě
používat
behavko**



Obsah vs. cílené publikum

Srovnání počtu impresí specializovaných webů a behaviorálního cílení



Obsah vs. cílené publikum 2

- **Ameriku už jsme objevili! Víme co děláme a poradíme Vám, jak nejlépe využít behavko jako efektivní nástroj**
- **Výhody behavka proti obsahovým webům**
 - **Maximální zásah cílového publika díky velikosti Seznam.cz**
 - **Cílíte na publikum, které se zajímá o vaše téma = žádný překryv!**
 - **Lepší podmínky a cena = CPT OZ ekonomika/finance je **2x nižší** než na obsahových serverech**
 - **Nevymýšlíme kolo, behavko stavíme na základě srovnání trhu a informací od Vás**

Co klientům přináší retargeting



Co se ode mě dozvíte

- **Co je to retargeting a jak funguje**
- **Využití retargetingu v praxi**
- **Případová studie**
- **Trend retargetingu v Skliku**

Co je to retargeting a jak funguje

- **Nástroj k opakovanému oslovení zákazníků/uživatelů**
- **V Skliku k dispozici od ledna 2014**
- **Do stránky webu (e-shopu) vložíte retargetingový kód**
- **Vložený kód „označuje“ vaše uživatele pomocí cookies**
- **Následně cílíte na „označované“ uživatele podle vámi definovaných podmínek**

Využití retargetingu v praxi

Prohlédli si uživatelé vaše stránky, ale zatím nic nenakoupili?

Chcete oslovit zákazníky, kteří budou nakupovat v pravidelných intervalech?

Chcete stávajícím zákazníkům nabídnout příslušenství nebo poprodejní služby?



Exit



Využití retargetingu v praxi

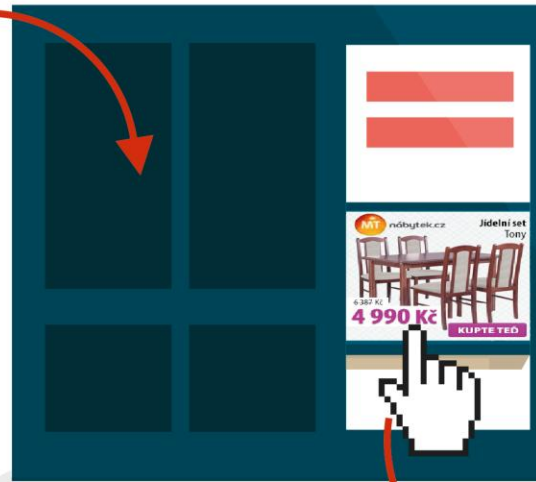
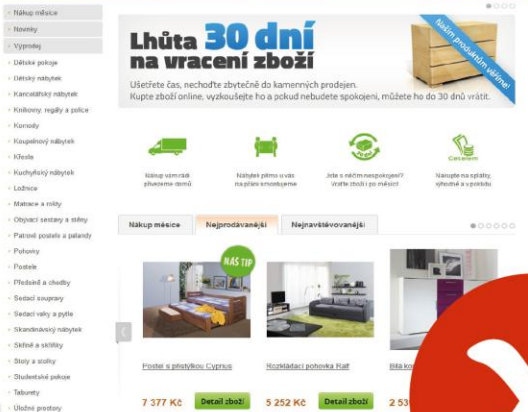
- **Uživatel eshopu nedokončí nákup/objednávku**
Opakovaná výzva k nákupu
- **Cross sell / up sell**
Nabídka příslušenství, nabídka nového modelu a služeb
- **Pobídka k opakovanému nákupu**
Připomenutí nákupu: krmivo pro kočky, květiny k narozeninám, kontaktní čočky
- **Nabídka pro návštěvníky webu**
Prodejce automobilů nabídne testovací jízdu
- **Cílení na čtenáře vašeho webu**
Možnost upozornit na nový článek

Případová studie www.mt-nabytek.cz

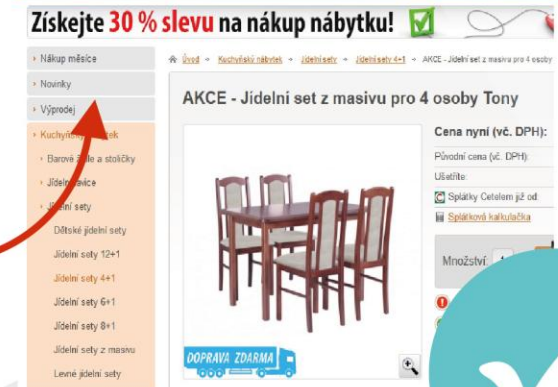


WWW.NOVINKY.CZ

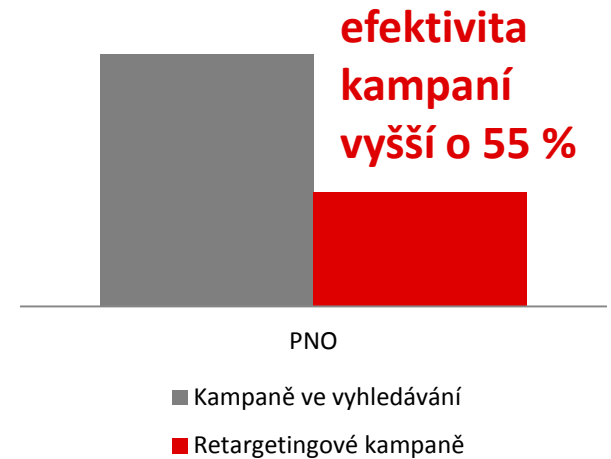
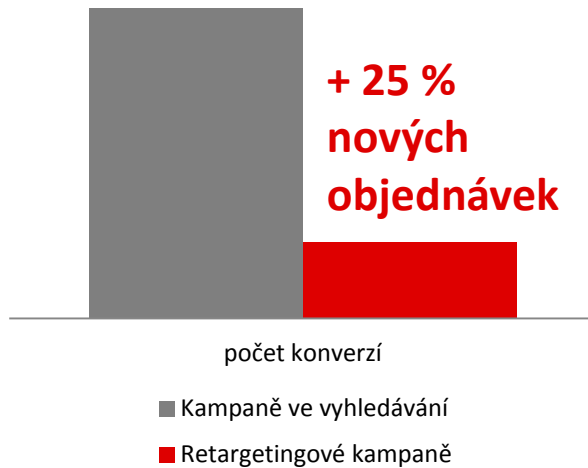
WWW.MT-NABYTEK.CZ



WWW.MT-NABYTEK.CZ

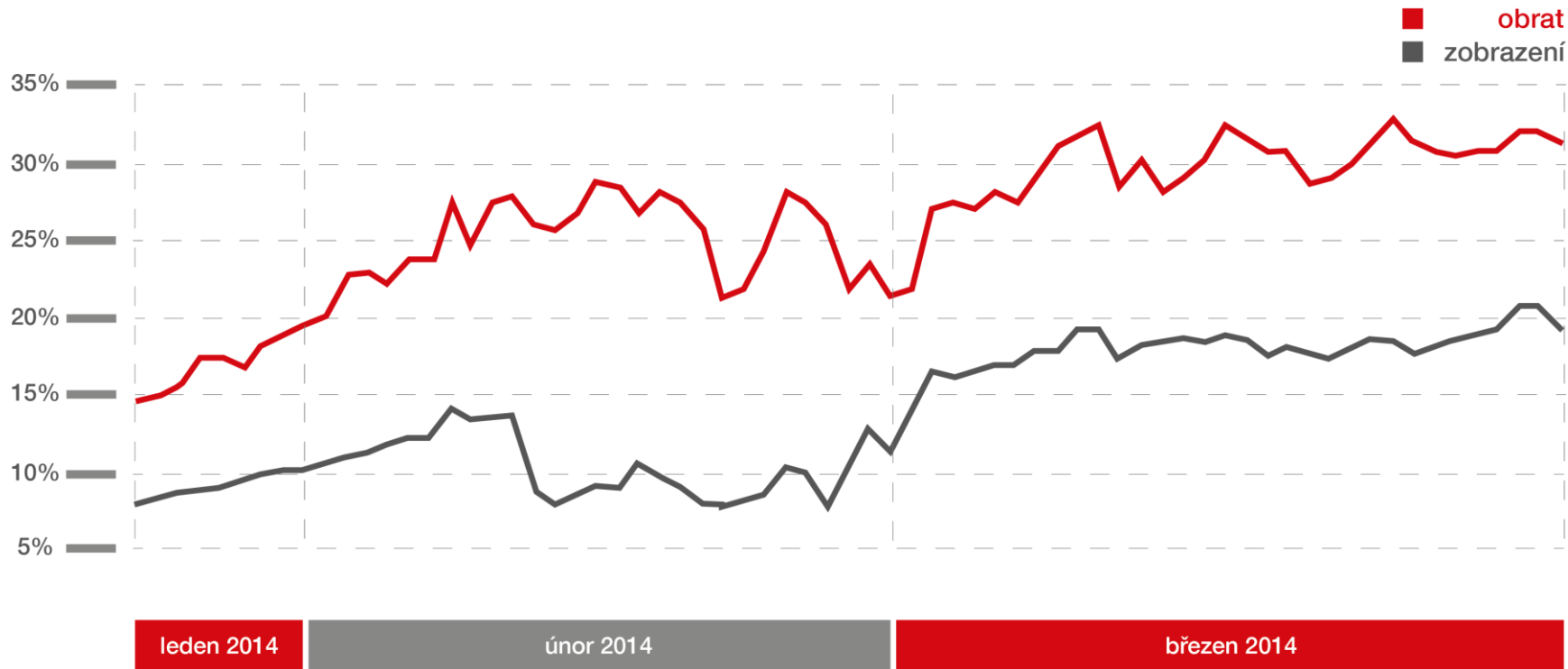


Případová studie www.mt-nabytek.cz



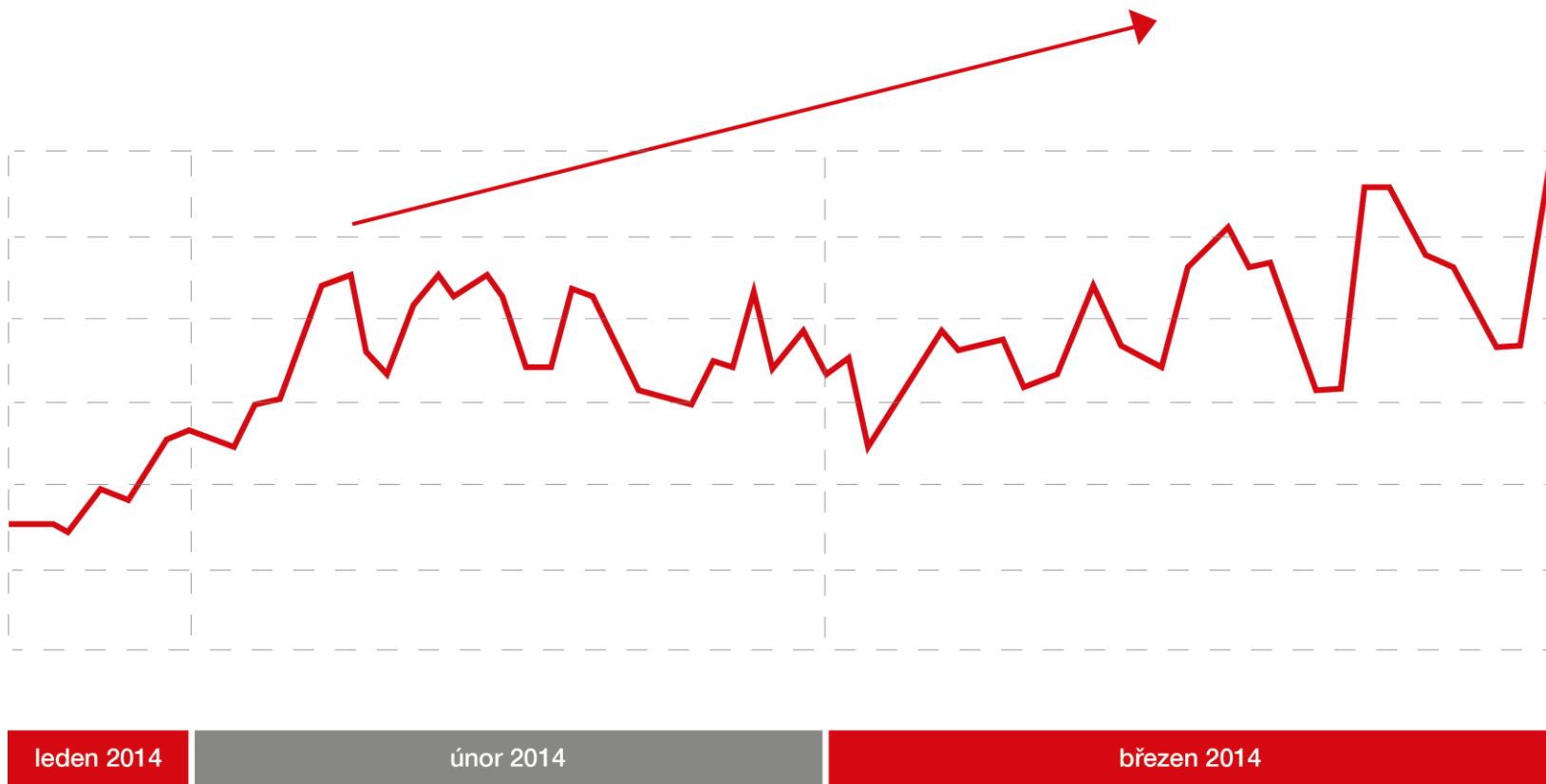
Trend retargetingových kampaní v Skliku

Podíl RTG kampaní



Trend retargetingových kampaní v Skliku

RTG vývoj obrátu v Kč



Shrnutí na závěr

- ✓ **Důležitý nástroj pro inzerenty**
- ✓ **Je vhodný prakticky pro všechny inzerenty**
- ✓ **Přesné cílení na uživatele/zákazníky**
- ✓ **Reklamní sdělení přizpůsobíte chování uživatelů**
- ✓ **Opakované vytěžení získaného návštěvníka**
- ✓ **Zvýšení efektivity inzerce – PNO, CTR, CPC**
- ✓ **Získání nových konverzí/objednávek**

SEZNAM.CZ
...najdu tam, co neznám!

Děkujeme za pozornost