

# Nativní reklama v Česku a ve světě



# Nativní reklama a její zvláštnosti

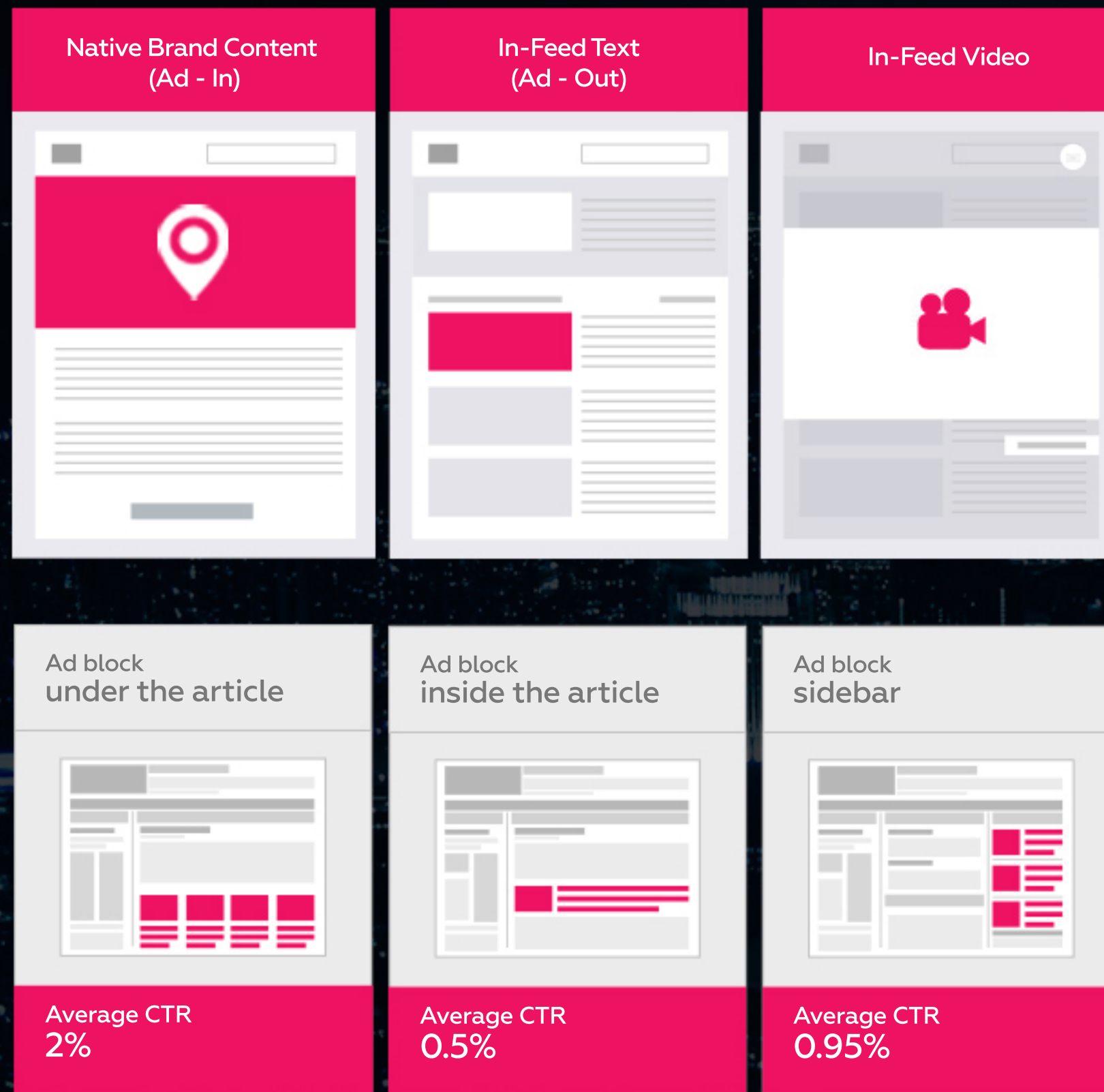
## Nativní reklama má:

- Stejný formát
- Podobnou úpravu
- Stejný jazyk jako zbytek obsahu.



Nativní reklama nikdy neupozorňuje uživatele na svůj komerční záměr.

# Nativní reklama vs IAB formáty



## Na rozdíl od klasických IAB formátů

Nativní reklamy se organicky splývají s okolním obsahem webových stránek. Na rozdíl od sponzorovaného obsahu, součástí nativních widgetů jsou

- propagační sdělení
- silné propojení se značkou
- impuls k akci

Nejvhodnějším umístěním pro nativní reklamy jsou prostory přímo pod články. Je to zapříčiněno tím, že když jsou materiály webu dočteny až dolů má návštěvník víc času se reklamám věnovat.

Společnosti nativní reklamy agregují inzerenty přes **CPA** sítě a těží z míry konverze, nikoliv z bezprostřední propagace jednoho brandu.

# CTR klasických bannerových formátů

## All placements (all sizes)



All formats  
**0.17%**

Flash In-Page  
**0.06%**

Image  
**0.04%**

Rich Media Expandable  
**0.50%**

Rich Media In-Page Flash  
**0.06%**

## MPU (300x250)



All formats  
**0.19%**

Flash In-Page  
**0.09%**

Image  
**0.05%**

Rich Media Expandable  
**0.55%**

Rich Media In-Page Flash  
**0.06%**

## Leaderboard (728x90)



All formats  
**0.03%**

Flash In-Page  
**0.03%**

Image  
**0.04%**

Rich Media Expandable  
**0.01%**

Rich Media In-Page Flash  
**0.05%**

## Sky (160x600)



All formats  
**0.05%**

Flash In-Page  
**0.04%**

Image  
**0.04%**

Rich Media Expandable  
**0.07%**

# CTR nativních formátů

Ad widget  
under the article



Average CTR  
2%

Ad widget  
inside the article



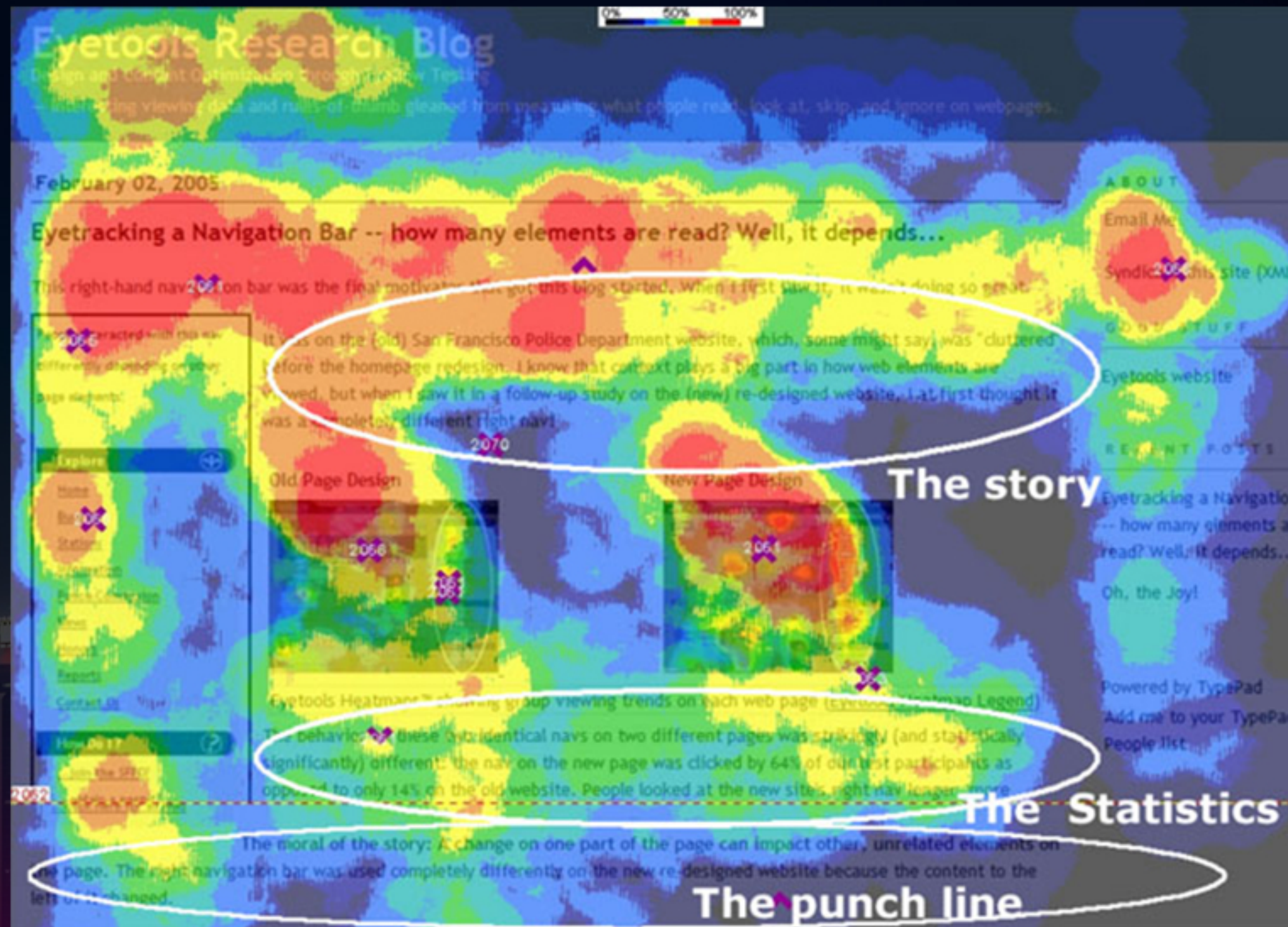
Average CTR  
0.5%

Ad widget  
sidebar



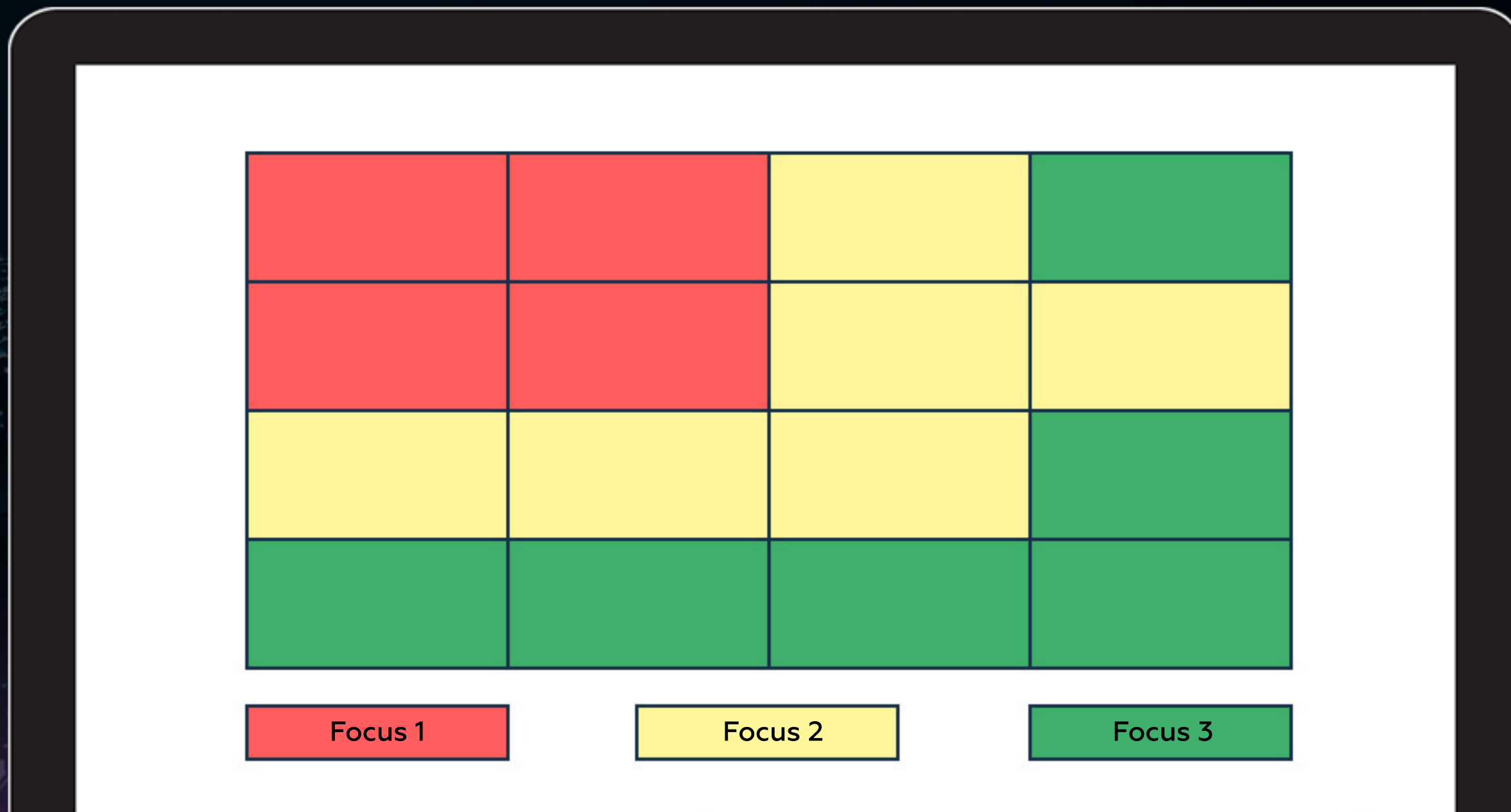
Average CTR  
0.95%

# Distribuce vizuální pozornosti na webové stránce



Výzkum společnosti Eyetoools – zlatý trojúhelník Google

# Distribuce vizuální pozornosti na webových stránkách



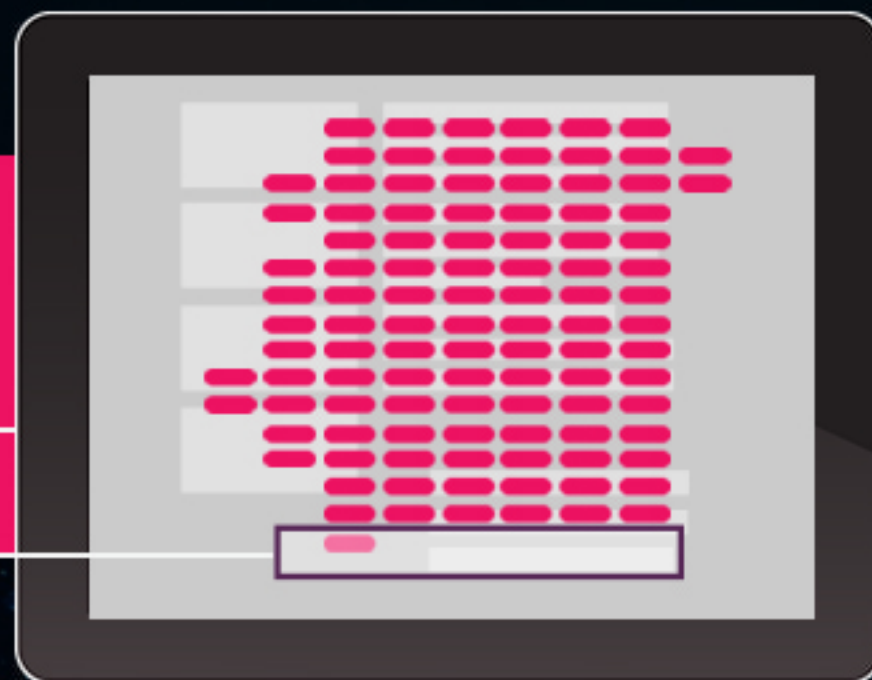
Podle výzkumu odborníků na digitální média Jakoba Nielsene, nejvyšší CTR generují reklamní bloky, jež splňují tyto požadavky:

- Ležící (horizontální) rozmístění
- Vysoká koherence a splynutí s okolním obsahem webových stránek. CTR widgetu, umístěného nad ústředním blokem zpráv, je o 78,5 % vyšší, než CTR widgetu pod obsahem webu. Bylo prokázáno, že CTR widgetu v pravém boku dolní části webové stránky je nejnižší.

# Jak jsou různé typy reklam prohlíženy?

IN-FEED BANNER  
PROCESSED  
PERIPHERALLY

Banner Ad



IN-FEED NATIVE  
RECEIVES DIRECT  
VISUAL FOCUS

Native Ad



*In-feed  
Native Ad*

*In-feed  
Banner Ad*



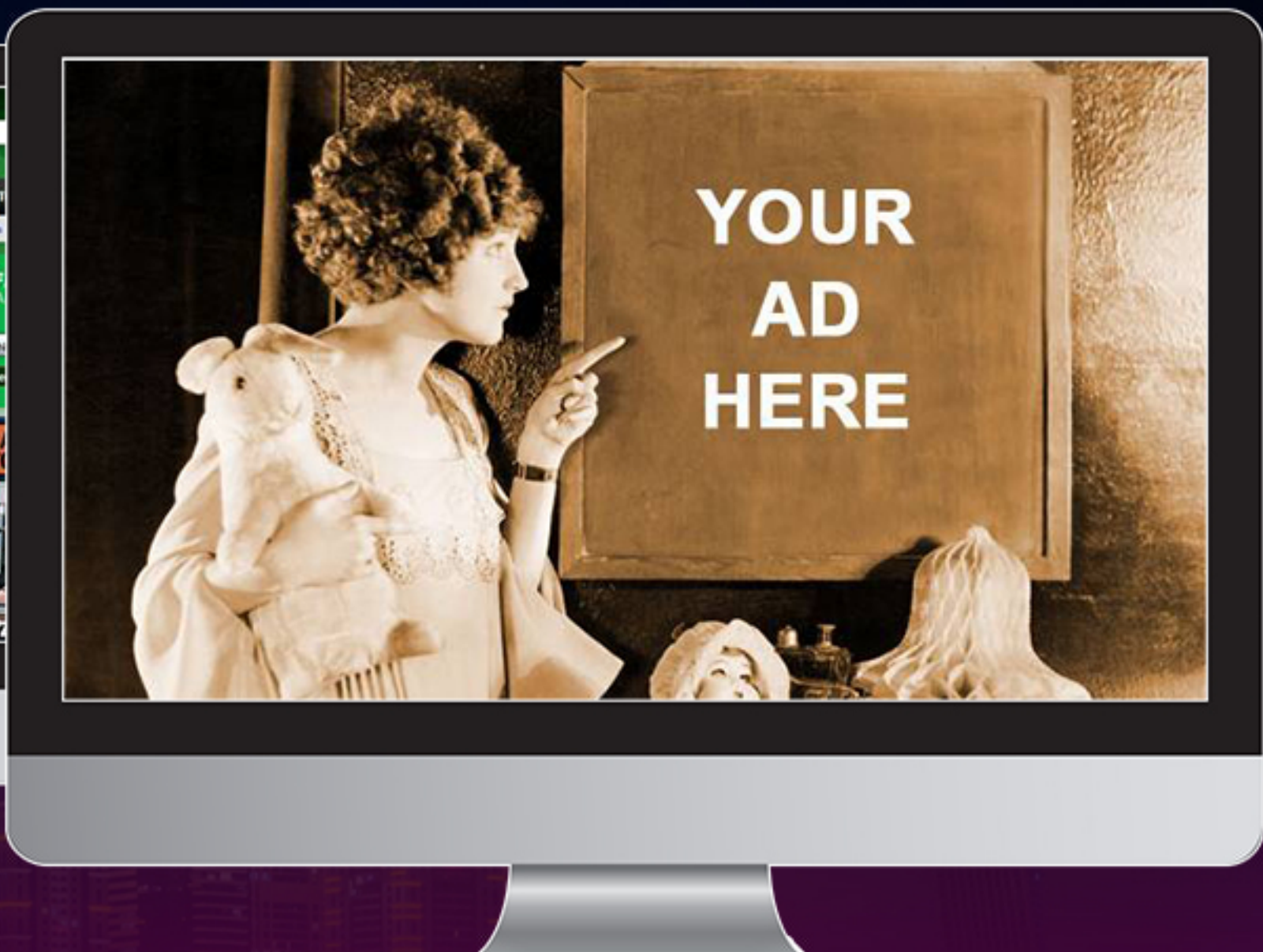


# Jak zmonetizovat remnant traffic



Zbylý traffic je procento reklamního místa, které nebylo v určitém časovém rozmezí rozprodáno. Jinou definicí je, že je to traffic, který je generován už po tom, až uživatel navštívil webové stránky.

# Opce pro monetizaci remnant traffic



## Existují 4 opce monetizací zbylého trafficu:

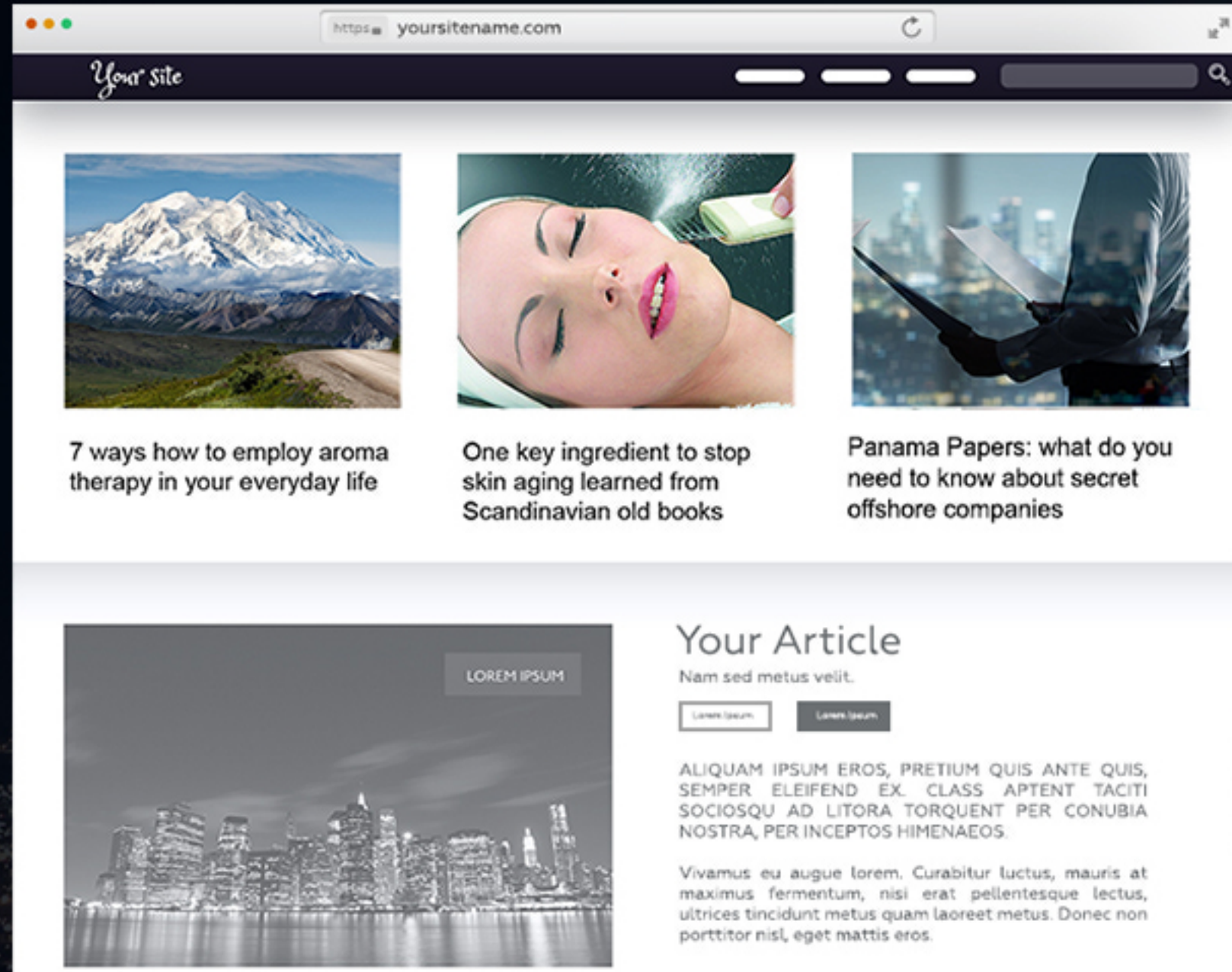
- Nedělat nic a ponechat volný reklamní prostor
- Využít "house ad" k propagaci některé části webu
- Využít **CPA bannery** z affiliate marketingu
- Využít nativní reklamy

Pořád nám zbývá  
nezmonetizovaný  
prostor...

# Nativní reklamy na portálech e-shopů: konkurence či partnery?

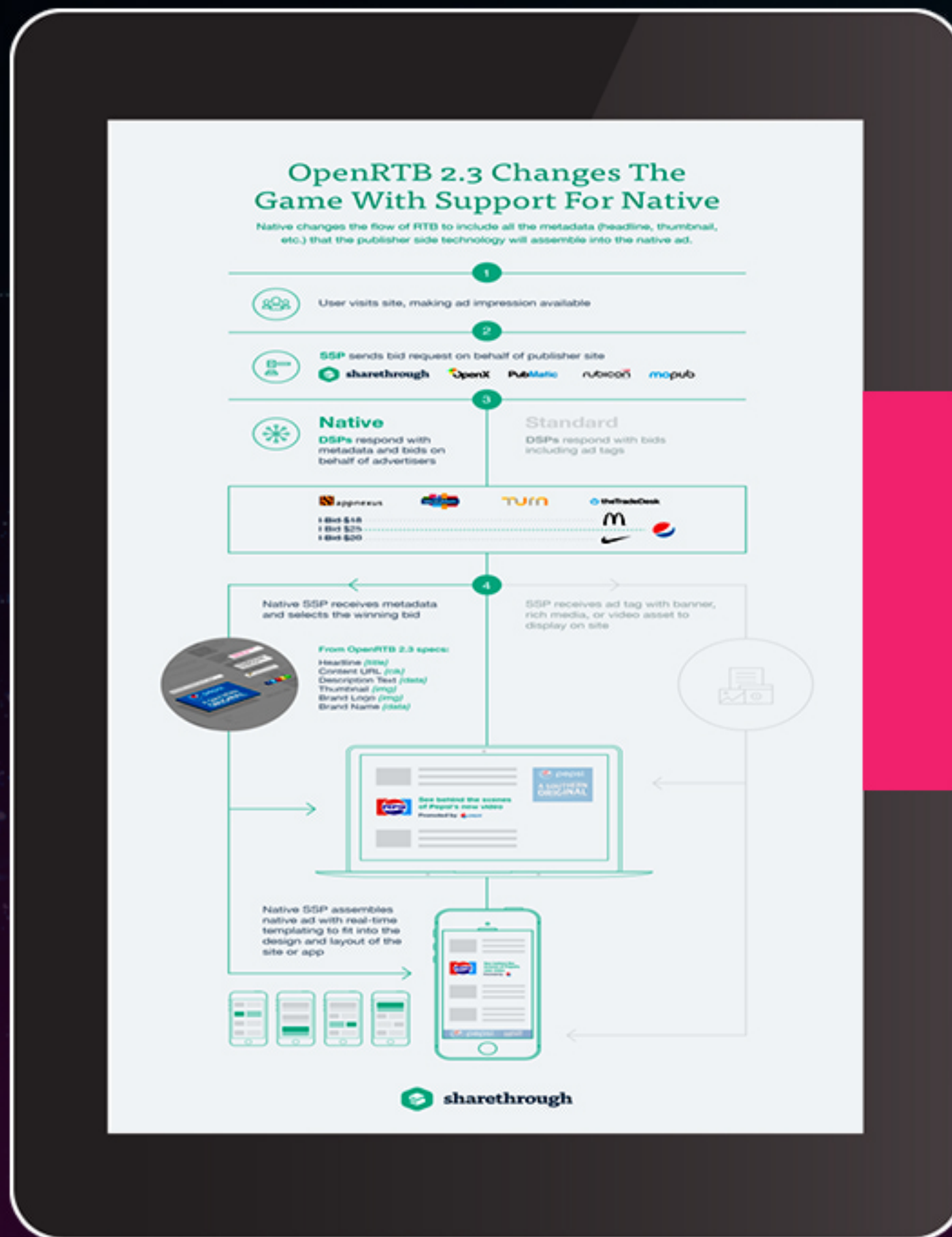
Využití nativních reklam  
na e-commerce portálech  
umožňuje:

- Zmonetizovat každou návštěvu webových stránek, kdežto v případě nevyužití reklam se na takových portálech monetizuje pouze každá 3. návštěva
- Ovlivnit spotřebitele v okamžik, kdy už je odhodlán něco koupit na e-commerce portálu. Po nákupu stále zbývá čas se věnovat bannerům a případně přejít na web jiného inzerenta
- Nativní reklamy se mohou v reálném čase vizuálně přizpůsobovat uživatelskému rozhraní e-commerce portálu a sloužit jako dodatečný zdroj inspirace pro návštěvníky. Nativní reklamy a produkce eshopů totiž nemusí vytvářet konkurenční prostředí, ale mohou se vzájemně pomáhat



Například, americká společnost **Dollar Shave Club** využívá nativní reklamy k přímé propagaci svého zboží. Odklik je v tomto případě na web spokojených zákazníků (a zároveň inzerentů), již se chtějí podělit o vlastní zkušenosti s produkcí **Dollar Shave Club** a také propagovat vlastní produkci. Nativní reklama dovede spojit inzerenty a provozovatele e-commerce portálů.

# Description Protocol Otevřít RTB 2.3



Open RTB 2.3 – je protokol, který stanovuje normy pro koupi a prodej nativní reklamních jednotek

V průběhu aukce, probíhající v reálném čase. Open RTB 2.3 API a Open RTB poskytují společný jazyk pro vývojáře.

Naše stránky [adnow.com](https://adnow.com)

Las Suite, 5 Percy Street,  
**London, United Kingdom**

**+44 20 380 714 60**

