

Jak zefektivnit svou nativní reklamu v Skliku

Nativní reklamu v Skliku už většina z vás určitě dobře zná. Existuje ale několik pravidel, které vám mohou pomoci zlepšit její výkon. Např. když začnete nativní reklamu umisťovat nejen na domovskou stránku Seznam.cz, ale i na další navštěvované weby v naší partnerské síti.

Nativní reklama je typ reklamy, který má uživatele zaujmout a uvést ho do obsahu, o kterém si může přečíst po jejím prokliknutí. Neměla by být prvoplánově prodejní. Je určena hlavně pro první dvě fáze nákupního procesu, tedy pro budování povědomí o vaší značce, službě nebo produktu a ve fázi přesvědčování, kdy zdůrazňujete přednosti vašeho produktu.



„Když se u nativní reklamy budete zaměřovat jenom na hlavní stránku Seznamu, připravíte se o množství dalších uživatelů a také umístění, které jsou dostupnější a levnější.“ Řekl ve své přednášce Konzultant výkonnostní reklamy senior Jakub Loula.

U vybraných klientů, kteří umisťují svoji nativní reklamu i na další stránky tak pozorujeme, že CTR napříč různými weby stoupá, a to při mnohem vyšším zásahu. Např. klient Skliku Robotický vysavač měl v průměru ve všech zónách CTR 0,3 % ve srovnání s jinými kampaněmi na hlavní stránce Seznam.cz, které dosáhli CTR v průměru 0,27 %. Na mobilních zařízeních byl tento rozdíl ještě vyšší – 0,5 % vs. 0,27 %.

Pro dosažení dobrého CTR je však nutné mít na mysli i další důležitá doporučení.

TOP 5 pravidel pro nativní reklamu

1. Reklama by měla uživatele zaujmout a uvést ho do obsahu, o kterém si více přečte po prokliknutí reklamy na webu.
2. Samotný text na cílové stránce s informacemi by měl být poutavý a nenucený.
3. Nezapomeňte na odkaz na svůj produkt nebo službu.

4. U cílení reklamy vylučte vaše stávající zákazníky. Cílit můžete na zájmy nebo témata.
5. Nastavte si retargetingovou kampaň na obsahovou stránku i na samotný produkt.

Další podrobné informace o nativní reklamě v Skliku najdete v naší [Nápovědě](#).

Za tým Skliku Michaela Svobodová