

# Checklist pro dobře nastavený Dynamický banner v Skliku

## Popisek v šabloně

V šabloně využívám Popisek – slogan na banneru, pomocí kterého se snažím upoutat pozornost uživatele. Mám-li produktové skupiny pro více segmentů, každý má přiřazenou šablonu, která je relevantní vyfiltrované skupině nabídek.

---

## Obdélníkové logo

Využívám obdélníkové logo pro Dynamický banner a Dynamický retargeting, díky kterému si potenciální zákazníci lépe zapamatují mou značku.

---

## Relevantní cílení

Ke každé produktové skupině mám přiřazená výhradně cílení, která jsou relevantní předkládaným nabídkám.

---

## Maximální počet zobrazení

Mám nastavený maximální počet zobrazení jednomu uživateli okolo 5 impresí za den. Díky tomu reklama méně obtěžuje uživatele a já získám lepší CTR.

---

## Vhodné barvy v šablonách

Barvy v šablonách mám nastavené pečlivě dle doporučení – mám důkladně zvážené použití sytých barev na pozadí tak, aby zůstal v designu šablony zachován dostatečný kontrast a použité odstíny odpovídají barevným odstínům mého loga.

---

## Využití nových prvků

Využívám nových prvků, které mám k Dynamickému banneru k dispozici – vlastní štítek pro nabídku (custom label 3) a cenu, ze které se vypočítává sleva (list price).

---

## Vyloučení stávajících návštěvníků

Mám vyloučené stávající návštěvníky webu, protože je už oslovuji Dynamickým retargetingem.

---

## Vyhodnocení

Výkon Dynamického banneru vyhodnocuji v kontextu ostatních kanálů. V Google Analytics vyhodnocuji na základě konverzních cest, asistujících konverzí nebo atribučních modelů, které zohledňují konverzní cestu.