

Novinky v Seznam Nákupech: Přehlednější statistiky, elektronické doručení a chytřejší parametry

1.10.2026 - | Seznam.cz

Nově najdete výkon své inzerce včetně meziročního srovnání jen ve svém rozhraní Skliku. Do Centra prodejce jsme přidali nový způsob doručení pro digitální sortiment, parametry nabídek rozdělili podle důležitosti a u objednávek ukazujeme, jestli se podařilo získat e-mail zákazníka.

Od 9. října najdete statistiky už jen v Skliku. Rušíme tak jejich dosavadní duplicitu v Centru prodejce, abychom vám usnadnili práci s přehledy. Navazujeme tím na změnu z loňského září, kdy se řízení inzerce v Seznam Nákupech přesunulo do Skliku a administrace Zboží.cz se proměnila v Centrum prodejce. Statistiky kampaní se ale doteď zobrazovaly v obou rozhraních.

Sklik dnes nabízí podstatně širší možnosti analýzy než samotné Centrum prodejce. Zejména inzerentům s novým měřením SEM přináší detailní přehled o událostech na webu pro lepší pochopení výkonu kampaní nebo sledování průměrné pozice, ze které snadno vyčtete svou cenovou konkurenceschopnost.

V Centru prodejce i nadále spravujete svá produktová data a sortiment – tedy XML feed s diagnostikou, nastavení dopravy, kvalitu nabídek či hodnocení. O žádná data přitom nepřicházíte. Naopak díky přechodu na nové měření v Skliku získáte ještě více možností pro sledování konverzí.

Nový způsob doručení: elektronicky

Do specifikace XML feedu i do nastavení dopravy v Centru prodejce jsme přidali možnost **elektronického doručení**. Využijete ho u nabídek, které zákazníkům předáváte bez fyzické přepravy – e-mailem, přes uživatelský účet na vašem webu nebo odkazem ke stažení. Typicky jde o e-knihy, audioknihy, softwarové licence, aktivační klíče nebo elektronické dárkové poukazy.

Elektronické doručení můžete nastavit dvěma způsoby:

1. Přímou v Centru prodejce v sekci Nastavení dopravy
2. V XML feedu vložením hodnoty ONLINE do elementu DELIVERY_ID:

```
<DELIVERY>  
<DELIVERY_ID>ONLINE</DELIVERY_ID>  
<DELIVERY_PRICE>0</DELIVERY_PRICE>  
</DELIVERY>
```

Při nastavování elektronického doručení přímo ve feedu si nezapomeňte tento typ přidat i do Centra prodejce. Pokud digitální sortiment nenabízíte, nemusíte měnit nic.

Parametry nabídek rozdělené podle důležitosti

V detailu nabídky v sekci PARAM jste doteď viděli seznam parametrů, kde měl každý stejnou váhu. U všech kategorií přitom přesně víme, jak je který parametr důležitý.

Nově proto **chybějící i rozpoznané parametry rozdělujeme na kritické, důležité a doplňkové.**

- **Kritické parametry** rozhodují, jestli se vaše nabídka vůbec objeví ve filtrovaném vyhledávání. Pokud například u pneumatiky chybí šířka, zákazník, který si filtruje konkrétní rozměr, vaši nabídku neuvidí.
- **Důležité parametry** zpřesňují zařazení nabídky a její srovnání s konkurencí.
- **Doplňkové parametry** zase obohacují detail přímo na kartě produktu.

Stejné rozdělení najdete i ve staženém CSV reportu. Nabídky si tak můžete seřadit podle toho, kde chybí nejvíce kritických parametrů, a začít u nich. Rozdíl je hlavně v praktičnosti. Obecná informace „chybí vám tyto parametry“ je těžko uchopitelná. „Chybí vám 3 kritické parametry“ vám jasně ukazuje, na co se zaměřit.

U objednávek nově vidíte, jestli máme e-mail zákazníka

Aby mohl zákazník po nákupu dostat žádost o hodnocení, potřebujeme v datech objednávky jeho e-mail. Pokud se k nám nedostane, dotazník se neodešle a vy tak přicházíte o cenné hodnocení.

Nově proto u každé objednávky vidíte, **jestli se nám e-mail na zákazníka podařilo získat**. Pokud si všimnete, že e-mail často chybí, stojí za to prověřit podmínky zasílaných dat na vašem webu. E-mail se buď nepředává vůbec, nebo dorazí v šifrované podobě, ve které ho pro odeslání dotazníku nejde použít.

Část objednávek bez e-mailu je samozřejmě úplně v pořádku. Jsou to zákazníci, kteří si zasílání dotazníků nepřejí. I tady je ale dobré si zkontrolovat, jestli na webu nepoužíváte zastaralý způsob sběru souhlasů formou OPT-IN (aktivní zaškrtování políčka). Přechodem na OPT-OUT (zákazník musí naopak zaškrtnout odhlášení) můžete získat mnohem více e-mailů, a tím i hodnocení.

Pokud byste potřebovali s nastavením jakkoli poradit, napište našemu týmu podpory na sklik@firma.seznam.cz.

<https://blog.seznam.cz/2026/10/novinky-v-seznam-nakupech-prehlednejsi-statistiky-elektronicke-doru-ceni-a-chytrejsi-parametry>