Proč začít inzerovat se Seznamem

18.8.2025 - Martin Jandora | Blog.shoptet

Už dlouho platí trend, že zákazníci dávají přednost nákupům v online prostředí. Během posledních let se také významně rozrostl sortiment, který je prodáván skrze marketplace a e-shopy. Je tedy důležité jít tomuto trendu naproti, využít situace na trhu a nenechat se předběhnout konkurencí. Jedním ze základních prostředků, jak tohoto stavu docílit, je kvalitní inzerce od Seznamu.

Proč zrovna Seznam?

Pro miliony českých uživatelů stále platí rovnice, že **Seznam = internet**. To je velice unikátní postavení na trhu, které ve světě nemá obdoby. A reflektuje to tak **dlouhodobý a kladný vztah** uživatelů internetu k této značce a její **vysokou důvěryhodnost**. Seznam totiž není jen homepage, kterou denně vidí miliony uživatelů internetu.

Češi aktivně využívají Seznam.cz, Zboží.cz a čtou Novinky.cz a Seznam zprávy. Dejte jim to, co chtějí, přes platformy, kterým důvěřují. Seznam dosahuje **95 % českých internetových uživatelů**, s více než **214 miliony návštěv měsíčně**. Novinky.cz sleduje přes **5 milionů reálných uživatelů** měsíčně. Seznam přehrává zároveň **75 % všech videí českého internetu** a kampaně typu Nákupy osloví **více než polovinu českých zákazníků, kteří aktivně nakupují online**. Bonitní zákazníci preferují českou platformu, důvěřují ji a mají vyšší ochotu konvertovat. Vzniká tak spousta virtuálního prostoru, ve kterém můžete oslovit a zasáhnout svého potenciálního zákazníka.

Vyhledávání a cenový srovnávač od Seznamu

Kromě oborových a obsahových webů, kam se chodí uživatelé internetu bavit a vzdělávat, provozuje Seznam služby **Vyhledávání** a **Zboží.cz**. Tyto služby jsou zásadní z hlediska kvalitní inzerce e-shopů, protože se na nich nachází vysoká koncentrace aktivních zákazníků. Ve chvíli, kdy vznikne uživateli nákupní potřeba, je **Vyhledávání** jedním z prvních míst, kam se obrací se svými dotazy na cenu a dostupnost produktu. V tuto chvíli můžete uživatele oslovit se svými položkami pomocí **výkonnostní inzerce**, díky které se mu vaše produkty mohou zobrazovat už ve chvíli hledání. Takto jej můžete strategicky přivést přímo do svého e-shopu a výrazně mu tak zkrátit cestu mezi hledáním informací o produktu a nákupem konkrétního produktu u vás.

„Díky PPC kampaním můžete zacílit právě na uživatele, kteří zadávají své dotazy do vyhledávače a nabídnout jim vaše produkty či řešení, které právě v danou chvíli poptávají či potřebují. Je však potřeba dbát na pečlivý výběr klíčových slov tak, aby byl co nejbližší vyhledávacím dotazům uživatelů a nespoléhat se jen na obecné výrazy. V praxi se často setkávám s tím, že síla vyhledávání na Seznamu se podceňuje a že panuje všeobecný názor, že všichni uživatelé používají pouze Google. To však není pravda. Existují určité skupiny uživatelů, kteří považují Seznam za svůj hlavní vyhledávač, na který určitě nedají dopustit. Proto, když s klienty řešíme, zda spustit PPC kampaně na Google, tak zmiňuji, že je vhodné vyzkoušet PPC kampaně i na Seznamu a zaujmout jinou cílovou skupinu, která například na Google tak často nechodí. A často jsou překvapeni, že jim i vyhledávání na Seznamu přináší zajímavé výsledky u těchto cílových skupin.“ zmiňuje webový analytik, PPC specialista a zároveň Zlatý Partner Shoptetu Zbyněk Hyrák.

Významná část uživatelů nakupuje však rozvážněji, a než uskuteční svůj nákup, navštíví cenový srovnávač **Zboží.cz**. Díky dodržování přísných pravidel udržuje Seznam vysokou úroveň kvality online prodejců a vytváří tak **bezpečné a pohodlné prostředí pro nákupy na internetu**.

Registrace do Zboží je velice jednoduchá a pouhá vaše přítomnost ve srovnávači vás zařadí mezi důvěryhodné prodejce bez ohledu na to, zda u vás klient nakonec uskuteční nákup, či nikoliv. Zde můžeme pracovat s premisou, že pokud na srovnávači není váš e-shop, můžete se spolehnout na to, že vaše konkurence se na něm nachází a vy tak můžete přicházet o své prodeje.

Inzerce je základ, ale jak na ni?

Svět digitální reklamy a inzerce se může zprvu jevit jako obtížný, ale opak je pravdou. Seznam vychází naproti svým klientům a pro inzerci na svých webech a službách zavedl jednoduché a intuitivní **sjednocené rozhraní**. Vy tak nemusíte svou pozornost a strategii tříštit do několik platforem, ale vše si jednoduše nastavíte na jednom místě, což je praktické a časově úsporné řešení.

Pomocí otevřeného reklamního systému Sklik můžete doručit vaše reklamní sdělení uživatelům napříč celým portfoliem Seznamu. Abyste nastavili jednoduchou reklamní kampaň, nepotřebujete hodiny studia o tom, jak kampaně fungují, ani žádné závratné rozpočty. Stačí projít rozhraní Skliku krok za krokem a reklamní systém už vás navede k tomu, abyste kampaň spustili a přivedli si do svého e-shopu nové klienty.

Jednoduchou kampaň spustíte doslova za pár minut, a pokud nejste velký hráč, tak vystačíte i s pár korunami. Sklikem můžete zacílit své kampaně přímo do Vyhledávání a zobrazovat se tak přímo ve chvíli, kdy vaši klienti hledají váš sortiment. Ale také můžete cílit na obsahové weby Seznam Partnerské sítě a zasáhnout tak například chovatele domácích zvířat, motoristu nebo nadšence do umění ve chvíli, kdy si bude pročítat web se správným kontextem.

Se Shoptetem získáte výhodu a nepřijdete o svého zákazníka

Aktuálně je významná část reklamy postavena na souborech cookies třetích stran. Ty jsou uloženy v prohlížečích a slouží jako identifikátor vašich uživatelů, podle kterých dokážete zjistit, které weby váš klient navštívil, jaké zboží nakupoval nebo témata článku, která jej zajímala.

Momentálně je tato technologie stále více omezována a postupně přestává být podporována ve většině prohlížečů. Omezí se tím počet klientů, na které budete moct přesně cílit svá reklamní sdělení skrze retargeting, což bude mít za následek i omezení výdělků z prodaného zboží a narůst ceny za online inzerci.

Shoptet ve spolupráci se Seznamem proaktivně předchází této situaci a přináší řešení v podobě cílení na svá vlastní data. Pomocí služby **Přihlášení přes Seznam** můžete nabídnout zákazníkům možnost přihlášení do vašeho e-shopu skrze e-mail od Seznamu.

„S klienty, se kterými jsem tuto možnost testoval a následně i vyhodnocoval, jsme došli ke zjištění, že díky Přihlášení přes Seznam jim významně vzrostl počet registrací do e-shopu.“ zmiňuje webový analytik, PPC specialista a zároveň Zlatý Partner Shoptetu Zbyněk Hyrák.

Takto se stanete nezávislí na technologii cookies, protože jako identifikátor vašeho zákazníka vám poslouží jeho e-mail, kterým se registruje do vašeho e-shopu. Vy tak budete moct nadále znát svého zákazníka i s jeho potřebami, a zároveň nepřijdete o možnost inzerce skrze reklamní systém Sklik, který dokáže pracovat s e-maily svých uživatelů bez ohledu na cookies. Celý proces je velice jednoduše nastavitelný přímo v platformě Shoptetu, kde je část věnována přímo Seznamu.

V této situaci skutečně platí lidové pořekadlo, že kdo je připraven, není překvapen. Takže až budete příště pracovat v platformě Shoptetu a budete optimalizovat svůj e-shop k dokonalosti, nezapomeňte zkontrolovat, zda máte vše správně nastaveno, a nedovolte konkurenci, aby vás předběhla.

Testimonial:

„Díky vzájemné spolupráci Shoptetu se Seznamem se nám podařilo vytvořit uživatelsky příjemné prostředí pro majitele e-shopů. Každý si tak může libovolně zvolit strategie, které osloví českého klienta v prostředí českého internetu a doslova na pár kliknutí jej přivést do svého obchodu. Pokud vaši zákazníci dlouho nenakoupili nebo nečtou vaše emaily, můžete je jednoduše oslovit skrze sjednocený reklamní systém a získat tak výhodu nad vaší konkurencí.“

https://blog.shoptet.cz/inzerujte-se-seznamem