

Workshop o RTB: Jak funguje nákup reklamy v reálném čase

27.4.2026 - Alžběta Wostra | Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Za každým online bannerem se skrývá rozhodnutí, které padne během zlomku sekundy. Jak tento proces funguje v praxi, ukázali studentům Masarykova ústavu vyšších studií ČVUT odborníci ze společnosti Seznam.cz - Jiří Novotný, Aneta Richterová a Linda Rosenbaumová - v rámci již třetího workshopu zaměřeného na Real-Time Bidding (RTB), který proběhl v předmětu Digitální marketing bakalářského programu Ekonomika a management.

Co je RTB a jak funguje?

RTB (Real-Time Bidding) představuje moderní způsob nákupu online reklamy, který probíhá formou aukce v reálném čase. Ve chvíli, kdy uživatel navštíví webovou stránku, proběhne během několika milisekund automatizovaná aukce mezi inzerenty. Reklamní prostor získává ten, kdo nabídne nejvyšší cenu, a jeho reklama se následně zobrazí konkrétnímu uživateli. Tento proces je plně automatizovaný a umožňuje velmi efektivní práci s reklamním prostorem i rozpočty.

Jednou z hlavních výhod RTB je široká škála možností cílení. Inzerenti mohou kampaně zaměřovat například podle: socio-demografických údajů, zájmů uživatelů, nákupního chování, kontextu obsahu nebo klíčových slov. Velký důraz byl kladen na tvorbu tzv. **custom segmentů**, které umožňují přesné zacílení na konkrétní skupiny uživatelů a zvyšují efektivitu kampaní.

RTB v případové studii

Workshop nabídl i praktický pohled na využití RTB v marketingových kampaních. Studenti se seznámili s rozdílem mezi **brandovými kampaněmi** (budování značky) a **akvizičními kampaněmi** (zaměřenými na získání nových zákazníků), a výkonové (oslovit všechny návštěvníky webových stránek, aby nakoupili). Představeny byly také klíčové metriky, jako je míra prokliku (CTR), vizibilita reklamy nebo konverze včetně tzv. post-impresion konverzí, které sledují chování uživatele i po zobrazení reklamy.

Součástí workshopu byla také případová studie kampaně, která využívala hyperlokační cílení na konkrétní instituce, jako jsou městské úřady nebo školy. Výsledky ukázaly vysokou efektivitu tohoto přístupu, zejména z hlediska zásahu relevantního publika a nadprůměrné vizibility reklamy.

Workshop vhodně završil spolupráci se společností Seznam.cz v letním semestru 2026, kdy studenti nejdříve řešili úkoly v rámci Seznam.cz studentské kampaně. V kvízu na závěr workshopu tři nejlepší studenti dokonce vyhráli ceny s logem Seznam.cz.

This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these cookies, the cookies that are categorized as necessary are stored on your browser as they are essential for the working of basic functionalities of the website. We also use third-party cookies that help us analyze and understand how you use this website. These cookies will be stored in your browser only with your consent. You also have the option to opt-out of these cookies. But opting out of some of these cookies may have an effect on your browsing experience.

<https://www.muvs.cvut.cz/2026/04/workshop-o-rtb-jak-funguje-nakup-reklamy-v-realnem-case>