

Jak se v GroupM Nexus připravují na konec éry cookies třetích stran?

31.5.2024 - Aneta Richterová | Seznam.cz

Stále častěji se diskutuje o budoucnosti digitálního marketingu po ukončení podpory cookies třetích stran. Proto jsme se Nikoly a Kryštofa z agentury GroupM zeptali, jak se na cookieless dobu připravují a jak o ní edukují své klienty.

Záleží na produktu, který náš klient nabízí. U některých si například myslíme, že naše cílovka budou spíše uživatelé Applu, takže potom je na místě mít velký odběh v prohlížeči Safari. Bohužel pouze jediné DSP, které u nás používáme, má v základu cross-device, který nám umožňuje reportovat frekvenci na úrovni uživatele. Všechny ostatní DSP reportují pouze unikátní imprese, což představuje zkreslení dat pro další analýzu. Po konci cookies třetích stran bude záležet na tom, jestli DSP poskytovatelé implementují cross-device do svého reportingu, jako to už udělal The Trade Desk. Pokud se tak nestane, pak musíme doufat, že klienti budou ochotni si připlatit za cross-device technologii i přes poplatky, které si DSP poskytovatelé berou.

Demand Side Platform (DSP)

Zkratka DSP označuje pokročilé systémy na plánování a správu online kampaní. V Česku patří mezi nejpoužívanější z nich Adform.

Potýkáte se v současné době s problémy vyhodnocení kampaní kvůli diskrepanci dat v Google Analytics a DSP? Jak to řešíte a jak to budete řešit do budoucna?

Diskrepanci dat vnímáme, nicméně jsme zatím nepřišli na žádný efektivní způsob, jak ji minimalizovat. Dokonce u Google DV360, kde máme přímo prolinkovaný účet s Google Analytics 4, máme diskrepance. Metodologie měření Googlu je v jeho systémech odlišná, což nám nepomáhá. Zkoušeli jsme na to jít přes soft konverze, ale skončili jsme u toho, že Google vyreportoval více sessions než kliků. Dalším faktorem je implementace cookie lišty, ale to je velké téma samo o sobě.

Blíží se doba bez cookies, kdy 1st party data budou nezbytností. Nyní si pomocí 1st party dat rozšiřujeme zásah našich kampaní mimo prohlížeč Chrome.

Nikola Písaříková
Senior Programmatic Executive, GroupM Nexus

Jaká technologická řešení nezávislá na cookies třetích stran využívají vaši klienti pro retargeting?

U kampaní našich klientů, které spravujeme v DSP od Adformu, využíváme ID Fusion. Pomáhá nám

oslovit uživatele, které bychom bez této technologie nezasáhli. Nejlepší kombinací je pak vytvoření audience v DMP od Adformu na základě pixelu, kde si lze zapnout ID Fusion + aktivace ID Fusion na úrovni Lineitem v DSP.

Máte nějaké vlastní nástroje pro sběr 1st party dat a jejich následné využití?

Z právních důvodů preferujeme nestavět se do role zpracovatele 1st party dat našich klientů. Naštěstí už některé platformy umožňují jejich využití skrze Data Clean Rooms. K nám se tedy dostanou tato data už v podobě zahashovaných segmentů, které můžeme využít pro cílení.

Jak se vám osvědčilo využití 1st party dat na Seznamu?

1st party data od Seznamu využíváme od začátku ve všech našich reklamních systémech a jsme s nimi velmi spokojeni. Jejich zapojení nám dává smysl i v době, kdy ještě fungují cookies třetích stran, protože rozšiřují zásah našich kampaní o uživatele, na které se dříve trochu zapomínalo.

Někteří klienti sedí na zlatém dolu v podobě statisíců jejich zákazníků v CRM a CDP systémech díky věrnostním programům. Stačí data jen roztrždit, zahashovat, pushnout do DMP a mají kvalitní data pro kampaně.

Kryštof Klíma

Programmatic Buying Unit Lead, GroupM Nexus

Jakým způsobem edukujete své klienty?

Snažíme se testovat všechna v Česku dostupná řešení pro cílení, reporting i optimalizaci a následně je validujeme skrze naše vlastní možnosti. Tyto výsledky klientům prezentujeme individuálně a doporučujeme jim to nejlepší pro jejich strategie. Naše závěry také prezentujeme veřejně, ať už skrze náš blog GroupM Nexus, LinkedIn, různé podcasty nebo konference.

Co říkáte na další posunutí termínu konce cookies třetích stran v Google Chrome?

Za další odsunutí termínu jsme velmi rádi. Ne proto, že si myslíme, že by na tuto změnu trh nebyl připravený, ale proto, že s odkladem jsme kalkulovali už před dvěma lety a vytvořili nové in-house cílení [m]target, které cookies třetích stran využívá.

<https://blog.seznam.cz/2024/05/jak-se-v-groupm-nexus-pripravuji-na-konec-ery-cookies-tretich-stran>