

Sklik podporuje 1st party cookies pro lepší výsledky kampaní

5.8.2024 - | Seznam.cz

Reklamní systém Sklik začne postupně přecházet na cookies prvních stran neboli 1st party cookies. Ty aktuálně nejsou a ani v budoucnu nebudou blokovány ze strany prohlížečů, a tím inzerentům umožní i v budoucnu efektivně využívat retargeting a přesně doměřovat kampaně.

Přestože z nejnovějších zpráv plyne, že v budoucnu nejspíš nedojde k ukončení podpory cookies třetích stran v nejrozšířenějším prohlížeči Google Chrome, je důležité myslet na potenciál ostatních prohlížečů v čele se Safari od společnosti Apple, které cookies třetích stran už nepodporují. Cookieless prohlížeče mají na našem trhu přibližně 30% zastoupení.

V návaznosti na tuto skutečnost i technologický rozvoj reklamního Skliku a Zboží.cz budou reklamní scripty (retargetingový a konverzní kód) nově pracovat s 1st party cookies. Tento krok je další z logických odpovědí na obecné omezování podpory cookies třetích stran v ostatních prohlížečích.

našem webu.

Kromě už existujících a slibně adaptovaných nových typů cílení, o které jsme v posledních letech rozšířili možnosti cílení v Skliku, připravujeme také přechod právě na 1st party cookies.

S jakými 1st party cookies bude Sklik pracovat?

Udid - unique domain id

- Marketingová cookie, kterou bude Seznam používat jako náhradu za stávající 3rd party sid cookie pro potřeby retargetingu a měření konverzí.

Sid - seznam id

- Marketingová cookie, kterou vytváří retargetingový nebo konverzní script. Nabývá hodnoty sid cookie z domény Seznam.cz, kterou si reklamní script bere z parametru sznclid. Ten se získává z prokliku ze služeb Seznamu.
- Reklamní script ji vytváří a ukládá pouze v případě souhlasu uživatele a jeho zaslání v podobě hodnoty 1 v poli consent.
- Přenáší identitu ze Seznamu přímo na web inzerenta, pomocí které dochází k výdeji retargetingu.
- Konverzní script ji umí číst a díky tomu započte konverzi i v době bez cookies.

Sznaiid - seznam ad impression id

- Marketingová cookie, kterou vytváří retargetingový nebo konverzní script. Nabývá unikátní hodnoty zobrazení reklamy, na kterou uživatel klikl. Vytváří se z URL: parametru sznaiid.
- Reklamní script ji vytváří a ukládá pouze v případě souhlasu uživatele a jeho zaslání v podobě

hodnoty 1 v poli consent.

- Konverzní script ji umí číst a díky tomu započte konverzi i v době bez cookies.
- Je součástí URL po prokliku reklamy a připravena pro server side měření konverzí.

Retargeting může fungovat i na cookieless prohlížečích

Specialisté v Seznamu aktuálně pracují na vývoji pravděpodobnostního modelu, díky němuž bude možné identifikovat prohlížeče napříč weby s použitím 1st party cookies. Tím se zajistí plynulý chod retargetingového cílení a doměření konverzí, jak je známe dnes i na prohlížečích, které už cookies třetích stran nepodporují.

1st party cookies bude systém vytvářet a pracovat s nimi jen v případě, že inzerent správně pracuje s consenty (souhlasy) v retargetingovém a konverzním kódu. Inzerenti, kteří nezajistí patřičné úpravy do 1. 8. 2024, nebudou moci těžit z výhod, které s sebou přinesou nové možnosti pravděpodobnostních modelů identity v retargetingu.

Od srpna bude nutné, aby reklamní kódy v Skliku zahrnovaly parametr consent. Jak na to?

Aby bylo možné retargetingové a konverzní kódy Skliku a Zboží.cz zpracovat, je nezbytné, aby využívaly parametr consent. Ze strany inzerentů je proto třeba, aby si kódy včas upravili.

<https://blog.seznam.cz/2024/08/sklik-podporuje-1st-party-cookies-pro-lepsi-vysledky-kampani>