

Aktualizujte měřicí skripty, aby vám nadále fungoval retargeting a měření konverzí

2.4.2024 - | Seznam.cz

Ve třetím čtvrtletí roku 2024 pravděpodobně dojde k ukončení podpory cookies třetích stran v prohlížeči Google Chrome. Proto je nejvyšší čas provést úpravy, které vám umožní s Sklikem a Zboží.cz i nadále pracovat podobně, jako jste zvyklí. Bez nich vám totiž měření konverzí a retargeting prakticky přestanou fungovat.

Cílená reklama je v současné době na využití cookies třetích stran závislá, což platí i pro její měření. Podle aktuálních dat využívají dvě třetiny Čechů právě prohlížeč Google Chrome. Další oblíbené prohlížeče, jako jsou Safari nebo Firefox, už cookies třetích stran blokuji. To znamená, že chystaná změna bude znamenat konec internetové inzerce, jak ji dnes známe.

Více o konci cookies třetích stran i tipy, jak se na něj připravit, najdete na našem webu.

Cíl? Identifikace uživatelů

Aby mohl Seznam uživatele zařadit do správného retargetingového seznamu nebo zaznamenat konverzi, pokud proklikl vaši reklamu, je třeba upravit měřicí skripty pro konverze a retargeting, které už dnes používáte. Jejich prostřednictvím budete nově vkládat i identifikátor, kterým je zahashovaná e-mailová adresa uživatele. Od uživatele k tomu pochopitelně potřebujete souhlas stejně jako se spouštěním jakýchkoliv reklamních skriptů, které ukládají nebo čtou cookies v prohlížeči.

SHA je zkratka pro „Secure Hash Algorithm“ a jde o funkci, která vstupní data převádí na unikátní řetězec znaků pevné délky. Tento řetězec se nazývá hash. Každá změna vstupních dat vede k odlišné hash hodnotě. To znamená, že SHA hash funguje jako digitální otisk prstu dat, který se používá například pro ověření integrity nebo autenticity dat. Získání původních dat z hash hodnoty je téměř nemožné, což znamená, že je hashování jednosměrný proces.

K předání identifikátoru slouží nový parametr *eid*. Pokud z nějakého důvodu nemůžete e-mail zahashovat na své straně, můžete ho do skriptu vložit nezahashovaný a skript ho před odesláním do Seznamu z bezpečnostních důvodů zahashuje sám. Podrobné informace najdete v aktualizované nápovědě k měřicím striptům v Skliku a Zboží.cz. Využít můžete také aktualizované šablony pro Google Tag Manager, které nové parametry už podporují.

Pro klienty platforem Shoptet, FastCentrik, Eshop-Rychle.cz a BINARGON je identifikace uživatelů ještě jednodušší. S dalšími poskytovateli e-shopových řešení ohledně přímé integrace jednáme.

Úpravu skriptu neodkládejte

Úprava konverzního a retargetingového kódu může v závislosti na technickém řešení vašeho webu a procesech jeho úprav trvat i týdny, proto doporučujeme proces aktualizace těchto skriptů zahájit co nejdřív. Protože prohlížeče Safari nebo Firefox cookies třetích stran standardně blokují už dnes, můžete včasnou implementací získat výhodu ve větším množství změřených konverzí a větším dosahu retargetingu a dynamického retargetingu v Skliku.

Pokud chcete mít ještě větší náskok před konkurencí, implementujte rovnou i další identifikátory – telefonní čísla a adresy uživatele.

Za týmy Skliku a Zboží.cz Bronislav Hamšík a David Velechovský

<https://blog.seznam.cz/2024/04/aktualizujte-merici-skripty-aby-vam-nadale-fungoval-retargeting-a-mereni-konverzi>