# 6 tipů pro efektivní segmentaci vlastních seznamů zákazníků

**13.8.2024 - Barbora Váňová, Ondřej Němec | Seznam**

## 1. Zakoupení produktu

U kampaní doporučujeme pracovat se speciálními akcemi pro jednotlivá publika. Pokud máte publikum uživatelů, kteří nakoupili konkrétní produkt či produkty z vybrané kategorie, můžete jim nabídnout procentuální slevu nebo například akci na dopravu za korunu.

## 2. Uživatelé aplikace

Vytvořte si publikum uživatelů, kteří si stáhli vaši aplikaci. Můžete je tak následně oslovit speciální akcí, kterou pro ně vytvoříte na míru. Seznam uživatelů aplikace můžete využít také pro vylučování v akvizičních kampaních.

## 3. Počet nákupů

Velmi dobře funguje i segmentace uživatelů podle počtu uskutečněných nákupů. Uživatele si můžete rozdělit na skupiny podle toho, kolik nákupů dokončili. Díky tomuto detailnímu rozdělení, můžete na daná publika zacílit relevantní reklamou. Zároveň tak oslovíte nejvěrnější fanoušky vaší značky – zákazníky, kteří se k vám pravidelně vrací.

## 4. Opakované nákupy

Cílení na vlastní seznamy zákazníků se perfektně hodí pro produkty, jejichž nákup se pravidelně opakuje. Příkladem mohou být třeba kontaktní čočky, které lidé průběžně dokupují. Dle koupě týdenních nebo měsíčních čoček máte informaci o tom, po jaké době máte uživatele oslovit reklamou, abyste mu připomněli, že je čas si pořídit nové balení. Pro tuto segmentaci je vhodné využívat dynamický banner – reklamní formát, s nímž můžete uživatelům nabídnout konkrétní produkty.

## 5. Informace o uživateli

Pro efektivní cílení můžete využít i segmentaci na základě informací o daném uživateli. Otevíráte novou kamennou prodejnu? Dejte o tom prostřednictvím reklamy vědět primárně uživatelům, kteří žijí v daném městě a okolí. Máte novou kolekci dámského oblečení? Rozdělte si publikum na základě pohlaví a oslovujte vždy jen to relevantní.

## 6. Integrace třetích stran

Díky integraci třetích stran můžete k nahrání publik do Skliku použít vybrané nástroje, které běžně využíváte pro klasický e-mailing. V současnou chvíli Sklik spolupracuje například s platformami samba.ai, SmartEmailing, ecomail.cz, meiro, Targito, Advisio, leadhub, Incomaker a Bloomreach. Díky zapojení těchto nástrojů je práce s publiky velmi jednoduchá a potenciální zásah ještě vyšší.

Více o propojení Skliku s e-mailingovými a CRM platformami najdete v naší nápovědě.

*Za tým konzultací Sklik Barbora Váňová a Ondřej Němec*

http://blog.seznam.cz/2024/08/6-tipu-pro-efektivni-segmentaci-vlastnich-seznamu-zakazniku