

# Panelová diskuze: Jak se připravit na budoucnost bez cookies třetích stran?

20.6.2024 - Dušan Šimonovič | Seznam.cz

**Součástí Sklik Expert fóra byla letos poprvé panelová diskuze, do které se kromě Jakuba Novotného ze Seznamu zapojili také Lucie Mifková z agentury Pickerly, Denis Wanča za parfumerii Douglas a Dušan Šimonovič z CK Blue Style. Téma bylo jasné - budoucnost bez cookies třetích stran.**

Podle aktuálních informací plánuje Google ukončit podporu cookies třetích stran ve svém prohlížeči Chrome, který má nejen na českém trhu majoritní postavení, začátkem roku 2025. Proto moderátor Pavel Cyprich debatu otevřel obligátní otázkou - jsou diskutující na budoucnost bez cookies třetích stran připravení?

Mrkněte i na další přednášky z letošního Sklik Expert fóra.

Denis Wanča a Dušan Šimonovič zastupují velké značky, které jsou na trhu zavedené, a proto pro ně kampaně závislé na cookies třetích stran představují jen výsek jejich digitálních aktivit. I přesto uvedli, že se v rámci technických možností snaží být na ztrátu uživatelských dat maximálně připravení.

Pro nás jako agenturu, která spolupracuje s rozmanitými klienty, je příprava na konec cookies třetích stran náročnější. Naši klienti jsou rozmanití a pohybují se v různých segmentech, a proto od nás potřebují cookieless řešení na míru.

Head of Media, Pickerly

A jak se na cookieless dobu připravuje Seznam? Týmy napříč divizemi Seznamu dlouhodobě připravují řešení, která inzerentům pomohou ztrátu cookies třetích stran překlenout. „V posledních letech jsme klientům představili celou řadu produktů, které se obejdou bez cookies třetích stran. A čím více se konec cookies blíží, tím je adopce ze strany klientů vyšší,“ popsal Jakub Novotný aktuální situaci.

Za největší výzvu považuji samotné oslovení zákazníků, protože nepředpokládám výrazný pokles konverzí, ale vyhodnocování kampaní. Bez cookies třetích stran bude komplikované konverze přiřadit ke konkrétním kanálům v rámci marketingového mixu. To znamená, že nebude snadné vyhodnotit, který kanál doručuje jaké výsledky.

**Jakub Novotný**

## First party data budou klíčová

Jak konkrétně budou dopady konce cookies třetích stran vypadat, nelze s přesností predikovat, shodli se diskutující. Jisté ale je, že zásadní bude efektivně pracovat s first party daty. To znamená, že důležité bude uživatele webů různými cestami motivovat k přihlašování.

Dušan Šimonovič zmínil, že konec cookies třetích stran považuje za příležitost, jak rozvíjet věrnostní programy a logged-in experience pro zákazníky, a tím si udržet více plně autorizovaných sessions. Díky tomu může plánovaný krok Googlu přinést vylepšení nejrůznějších technologických platforem, které usnadňují segmentaci kontaktů.

Konec cookies třetích stran nejvíc ovlivní menší hráče na trhu, pro které je důležitá efektivita kampaní při omezených finančních možnostech. My patříme k velkým retailerům, a proto si můžeme dovolit investovat do offline kampaní včetně televize. Navíc se už dlouhodobě zaměřujeme na práci s first party daty.

### Denis Wanča

E-commerce Director CZ/SK/HU, Douglas.cz

Seznam inzerentům poskytuje hned několik možností, které jim usnadní sbírání first party dat: „Kromě Přihlášení přes Seznam klientům nově nabízíme také přihlašovací standard FedCM, který postupně integrujeme do největších e-shopových platforem, jako je třeba Shoptet. Jde tedy vesměs o řešení, která lidem usnadní online nákupy, zatímco e-shopy díky nim získávají first party data,” vysvětlil Jakub Novotný.

Jak jste na tom s přípravou na cookieless dobu vy? To si můžete zkontrolovat v našem checklistu.

## Atribuce bude výzva, ale konverze nikam nezmizí

Už bylo řečeno, že přiřadit konverzi k jejímu zdroji bude po konci cookies třetích stran komplikované. Jakub Novotný poznamenal, že se Seznam plánuje zaměřit na modelování konverzí, tedy na využívání dostupných dat k vymodelování chybějících konverzí, aby klient dostal co nejpřesnější obraz reality.

Při vyhodnocování kampaní budeme mít k dispozici o něco méně dat, a proto bude třeba počítat s větší mírou nepřesností. Nebude snadné propojit traffic, co na web přichází, s konverzí, která proběhne. Neznamená to ale, že by se někde ztratila samotná konverze.

<https://blog.seznam.cz/2024/06/panelova-diskuze-jak-se-pripravit-na-budoucnost-bez-cookies-tretich-stran>