Do složky Hromadné služby Seznam.cz Email denně spadne až 40 milionů obchodních sdělení

13.2.2025 - Veronika Geltner | Seznam.cz

Denně přijme služba Seznam.cz Email průměrně 76 milionů zpráv, z nichž více než polovinu tvoří obchodní sdělení. Do každé aktivní schránky je tak průměrně doručeno zhruba 200 newsletterů nebo reklamních nabídek za měsíc. Přesně před deseti lety proto Seznam.cz zavedl ve svých e-mailových schránkách složku Hromadné, díky níž mají uživatelé lepší přehled ve svých příchozích e-mailech.

V době, kdy je e-mail prostředek naší každodenní komunikace, není překvapením, že se běžně využívá také k marketingovým účelům. *„V roce 2015 do e-mailových schránek uživatelů služby Seznam.cz Email denně přicházelo přes 80 milionů zpráv, z nichž v té době přibližně 80 % tvořila obchodní sdělení, jako jsou newslettery a reklamní nabídky. Tento objem často ztěžoval uživatelům orientaci ve schránce a důležité zprávy v něm mohly zapadnout. Souhlasy se zasíláním obchodních sdělení se tehdy nesbíraly, o spoustu z těch zpráv tedy příjemci ani nestáli a dnes bychom jejich velkou část považovali za spam. Seznam.cz se proto rozhodl přidat do schránek složku Hromadné, do které začal tento typ elektronické pošty automaticky třídit,“* přibližuje vznik složky David Finger, ředitel divize Email.cz a Mapy.cz v Seznamu. Dnes se jedná již o standardní funkci, kterou uživatelé považují za automatickou součást svých e-mailových schránek.

Složku Hromadná můžete naučit třídit

Každý uživatel má možnost si v nastavení své schránky třídění příchozích zpráv vypnout. Hromadné zprávy pak klasicky padají do složky Doručené. *„Samozřejmě lidé mohou schránku tzv. naučit, jaké zprávy budou padat do Hromadné a které naopak půjdou do Doručené. Stačí zprávu ze složky Hromadné přesunout do Doručených a všechny následující zprávy od stejného odesílatele půjdou automaticky do Doručených. Stejným způsobem jde třídící algoritmus naučit, které zprávy má posílat rovnu do Spamu,“* radí David Finger.

Odesílatelé obchodních sdělení se složkou Hromadné pracovat umí

Za posledních deset let se situace kolem e-mailingu značně vyvinula. Odesílatelé marketingových sdělení musí dodržovat legislativní i technické požadavky, které vznikly s cílem omezit nevyžádanou poštu a zvýšit bezpečnost elektronické komunikace. Hromadná obchodní sdělení stále tvoří více než polovinu zpráv, které schránky přijmou. Jen do schránek služby Seznam.cz Email jich každý den míří kolem 40 milionů. V průměru tak každá aktivní schránka přijme asi 200 newsletterů za měsíc. *„Odesílatelé obchodních sdělení se se složkou Hromadné za těch deset let sžili a pochopili, že uživatel do ní přichází v momentě, kdy má čas a klid si newslettery projít, a je tedy větší šance, že ho nějaká nabídka zaujme. Pokud by ho záplava obchodních nabídek neustále rozptylovala od toho, co potřebuje ve schránce primárně vyřídit, mohly by snadno skončit ve Spamu,“* uklidňuje odesílatele David Finger.

Ve složce Spam mohou vedle nevhodné pošty skončit i mnohá obchodní sdělení

Na to, co je to vlastně spam, se dá nahlížet z různých úhlů. Může se jednat o všechny škodlivé zprávy jako je tzv. phishing (typ podvodného e-mailu, který se snaží z příjemce vylákat hesla nebo platební údaje), falešné soutěže, reklamy na neexistující zboží nebo zprávy šířící viry či škodlivý software. Často končí ve spamu ale i obchodní nabídky, které samy o sobě závadné být nemusí, ale jejichž odesílatel nedodržuje pravidla pro posílání marketingových zpráv. Například nemá souhlas příjemců se zasíláním obchodních sdělení nebo jeho zprávy nejsou dostatečně zabezpečené. *„Na nevyžádanou poštu se dá pohlížet i čistě subjektivně. Jako spam může kdokoli z uživatelů označit například i zprávy, které jsou po všech stránkách v pořádku, ale příjemce v nich nenajde to, co očekával, chodí mu příliš často nebo o dané téma či značku ztratil zájem a ve zprávě nenašel pohodlnou cestu k odhlášení. Zprávy, které ho nezajímají, může označit za spam a v budoucnu mu je budeme doručovat do Spamu. A když nám stejný signál dá více uživatelů, zprávy od daného odesílatele můžou začít chodit rovnou do Spamu všem,“* vysvětluje David Finger. *„Díky zlepšující se antispamové technologii se dlouhodobě daří spam úspěšně identifikovat, i tak ale zpracováváme přes 15 milionů nevyžádaných zpráv za den. Nedávno jsme do provozu nasadili novou generaci antispamových scannerů. Oproti předešlé verzi přinesla úsporu ve výkonu, a přitom je výrazně rychlejší. Doba kontroly příchozí zprávy se díky ní zkrátila ze tří sekund na 200 milisekund. Díky novým metodám strojového učení navíc slibuje ještě efektivnější zachytávání spamu a přesnější třízení zpráv.“*

Google a Yahoo loni zpřísnily standardy doručitelnosti

Společnosti Google a Yahoo začínají striktněji vyžadovat autentifikaci pošty a zodpovědnější přístup odesílatelů ke spokojenosti příjemců. David Finger toto rozhodnutí vítá, protože bezpečnost a spokojenost majitelů schránek je pro Seznam.cz prioritní. *„Některá opatření jsme u nás zavedli již v minulosti, například DKIM – záznam pro ověření odesílatele – je pro doručování e-mailů do schránek v Seznamu povinný již řadu let. Autentifikace byla v rámci českého trhu ještě před zaváděním těchto změn na vysoké úrovni, především díky podpoře ze strany odesílacích nástrojů. DMARC, další z bezpečnostních záznamů, který Google a Yahoo nově vyžadují, mělo před oznámením těchto změn nastavený 72 % odesílatelů, o rok později dokonce 94 %, zatímco celosvětově byla čísla přibližně poloviční. Chceme pro naše uživatele vytvořit v jejich schránkách prostředí, ve které mají důvěru a kde najdou především takové zprávy, které je zajímají,“* říká David Finger.

https://blog.seznam.cz/2025/02/do-slozky-hromadne-posty-sluzby-seznam-cz-email-denne-spadne-az-40-milionu-obchodnich-sdeleni