

Nejvíce opomíjená síť mezi e-shopaři: Pinterest!

15.5.2025 - Daniel Bartizal | Blog.shoptet

Sociálních sítí je na světě mnoho, ale většina e-shopařů se soustředí pouze na Facebook, Instagram a někdy také TikTok. Ale přesto existuje ještě jiná síť, kam lidé chodí pro inspiraci, plánují své sny a často hledají přesně to, co nabízí. Ano, řeč je o Pinterestu, platformě, kterou v Česku používá 1,7 milionu uživatelů.

V některých lokalitách je spuštění reklamy na Pinterestu možné pouze prostřednictvím reklamních partnerů. Tento případ platí i pro Česko a Slovensko. Jedná se o agentury, které mají v dané zemi výhradní zastoupení na vytváření reklamních účtů a fakturaci. Samotnou správu reklam však už děláte sami. **Podívejte se na kompletní seznam lokalit.**

Co je Pinterest a proč by vás měl zajímat?

Pinterest je založen na **nástěnkách**, do kterých si uživatel ukládá **inspirující příspěvky** pro své projekty, plány a sny. Tato sociální síť umožňuje prezentovat vaše produkty zákazníkům, kteří se nacházejí ve fázi objevování, tedy na začátku jejich nákupní cesty. V tomto okamžiku si ještě nejsou jisti, co přesně chtějí, a hledají **nápady**, jak řešit svůj problém nebo jak plnit své potřeby. Právě zde Pinterest exceluje díky svému vizuálnímu rozhraní, které uživatele přímo vtahuje do procesu objevování.

Dalším klíčovým přínosem je **proklik z prohlížení pinů přímo na web e-shopu**, což přirozeně zvyšuje šanci na konverzi. A vzhledem k tomu, že uživatelé na Pinterestu často tvoří nástěnky s plány a budoucími nákupy, vaše produkty mohou zůstat v jejich podvědomí i týdny nebo měsíce před samotným nákupem.

Navíc mají příspěvky na Pinterestu delší životnost obsahu a mohou vám generovat prodeje i měsíce či roky poté. Víte, jaká je průměrná životnost příspěvků na sociálních sítích? Podívejte se:

Kromě dlouhé životnosti příspěvků stojí za zmínku i samotné náklady na reklamu, které bývají na Pinterestu oproti jiným platformám příznivější. Zatímco na **Facebooku** zaplatíte za proklik mezi **3 až 18 Kč** a na **LinkedInu** dokonce běžně **45 až 90 Kč**, **Pinterest** si udržuje velmi nízké CPC v rozmezí **0,2 až 3 Kč**. Podobně i CPM (cena za tisíc zobrazení) je zde podstatně nižší – **5 až 40 Kč** oproti **20 až 90 Kč** na **Facebooku** nebo **110 až 180 Kč** na **LinkedInu**. Tyto metriky jen potvrzují, že Pinterest není jen inspirativní, ale i výhodnou investicí.*

**Jedná se o hodnoty, kterých dosahují klienti u nás v Effectixu napříč různými obory. Ze zkušenosti víme, že Pinterest je schopný přivést na web relevantní publikum často za nižší cenu.*

Jaké typy produktů se na Pinterest hodí?

Pinterest není pro každý e-shop, to je potřeba si říct hned na začátku. Na této sociální síti je velký důraz na **vizuální přitažlivost produktu**. Aby váš produkt skutečně vynikl, měl by splňovat několik klíčových kritérií.

Především musí zaujmout **kvalitní fotografií nebo videem**, protože na Pinterestu vítězí estetika. Dále by měl být **snadno zařaditelný do tematických nástěnek**, což usnadňuje jeho objevitelnost.

Produkty by měly také rezonovat s oblíbenými kategoriemi na platformě, jako jsou například:

- Dekorace interiéru a bytový design
- Móda, krása a životní styl
- DIY a řemeslné produkty
- Gaming
- Gastronomie

Pokud vlastníte e-shop, který nabízí produkty z těchto nebo podobných kategorií, je Pinterest přesně to, co potřebujete zařadit do svého marketingového plánu.

Pinterest umožňuje podobně jako Facebook a Instagram cílení na konkrétní zájmy uživatelů. Seskupuje je totiž do kategorií na základě toho, co si prohlíží, ukládají nebo s čím interagují. Zájmové cílení lze kombinovat s klíčovými slovy. Například uživatel, který vyhledává „nápadů na podzimní dekorace“, může být zároveň osloven reklamou cílenou na uživatele se zájmem o „DIY“ nebo „domácí dekorace“.

Nejčastěji vyhledávané kategorie.

Trendy v obsahu na Pinterestu pro rok 2025

Podle marketingového výzkumu přichází 55 % lidí na Pinterest s úmyslem něco koupit, což výrazně převyšuje jiné platformy, jako jsou Facebook (12 %) nebo Instagram (12 %). To znamená, že tato platforma není jen místem pro inspiraci, ale také efektivním nástrojem pro ovlivňování spotřebitelského chování.

Jaký obsah na Pinterestu září v roce 2025?

Využívejte různé formáty

Bannery, videa, carousely, kolekce. Odlišné formáty reklam jsou klíčové pro zaujetí různorodého publika.

Krátká, dynamická a autentická videa, která ukážou tipy nebo způsoby využití produktů. Můžete například natočit rychlé **tutoriály na dekoraci interiéru, recepty s použitím vašich produktů nebo módní tipy**. Videa mají obecně větší potenciál být více sdílená a generují tak vyšší zapojení.

Carousel reklamy umožňují prezentovat více produktů nebo nápadů v jediné reklamě.

Kolekce zase kombinují vizuálně poutavé bannery s popisky, které usnadňují uživatelům objevování produktů.

Minimalismus

Na Pinterestu skvěle fungují fotografie produktů s čistým, monochromatickým pozadím, které kladou důraz na samotný produkt bez zbytečného rušení.

Zákazníky osloví i detaily o tom, jak produkt přispívá k jejich minimalistickému životnímu stylu – například jak šetří místo, zlepšuje organizaci nebo přináší univerzálnost. K vytvoření atraktivního obsahu využijte srovnávací grafiky (např. před a po), koláže s návrhy nebo možnosti, jak produkty kombinovat.

Originalita

V roce 2025 se originalita na Pinterestu stává klíčovým faktorem úspěchu – nejde jen o krásné obrázky, ale o schopnost vyprávět příběhy, které zaujmou a inspirují. Místo přepíracích vizuálů vládne chytře promyšlená jednoduchost, která dokáže upoutat pozornost během vteřiny.

Kreativitu posouvají interaktivní formáty – od dynamických koláží po videa, která vtahují diváky do děje a vedou je k akci. Spolupráce mezi tvůrci přináší nečekané kombinace stylů a nápadů, čímž se obsah stává skutečně jedinečným. Na Pinterestu už nejde jen o trendy – jde o odvahu tvořit jinak.

Další důvody, proč využívat reklamu na Pinterestu

- Pinterest umožňuje cílit na uživatele **pomocí zájmů, klíčových slov, retargetingu nebo podobných publik** (Actalike audience), což zvyšuje relevanci kampaní.
- **97 % vyhledávání na Pinterestu neobsahuje** žádný název značky, což naznačuje, že uživatelé jsou otevřeni inspiraci a objevování nových produktů.
- Pinterest je **10x efektivnější v ovlivňování rozhodnutí** o nákupu než jiné sociální platformy.

Pokud vás náš článek zaujal a chcete se o Pinterestu dozvědět více, můžete si už nyní stáhnout e-book **Pinterest pro e-commerce: Průvodce úspěšnou strategií**, který jsme v Effectix připravili. Naleznete v něm například:

- Postup nastavení reklamního účtu
- Příklady druhů formátů
- Měření a vyhodnocování kampaní

Vyplatí se tedy inzerovat na Pinterestu?

Naše data i zkušenosti ukazují, že Pinterest patří k těm efektivnějším kanálům pro propagaci e-shopu. Pokud tedy hledáte kanál, kde má vaše značka prostor růst, neváhejte jej zařadit do svého marketingového mixu. Kombinace zajímavých metrik, dlouhé životnosti obsahu a publika připraveného objevovat nové značky čeká jen na vás!

Jak propojit e-shop na Shoptetu s Pinterestem? Pomůže vám doplněk Sociální sítě.

<https://blog.shoptet.cz/pinterest-a-eshop>