

# Seznam Nákupy: Jak s nimi pracovat pro maximální výkon

15.9.2025 - Petr Pavelek | Blog.shoptet

**Oslovit více než 50 % české internetové populace přesně ve chvíli, kdy aktivně hledá vaše produkty? Právě to dokážete díky Seznam Nákupům. Pro e-shopy představují silný prodejní kanál, snadno se propojují se Shoptetem a nabízí přehledné vyhodnocení kampaní přímo v Skliku. V článku vám ukážeme, jak z této příležitosti vytěžit maximum a získat náskok před konkurencí.**

S pojmem Seznam Nákupy se můžete setkávat od února letošního roku, kdy Seznam oznámil, že se kampaně Zboží.cz mění na Seznam Nákupy. Ze strany Seznamu jde o vyústění dlouhodobého projektu sjednocení inzertních možností Skliku a Zboží.cz a zároveň zobrazení reklam pro uživatele.

„Díky Seznam Nákupům je možné oslovit více než polovinu české internetové populace, takže se hodí je využívat naplno. Vedle klasických vyhledávacích kampaní tak mohou snadno oslovit ty, kteří vybírají konkrétní produkt, zajímají se o cenu produktu a hledají e-shop, který jej má zrovna skladem“ zmiňuje webový analytik, PPC specialista a zároveň Zlatý Partner Shoptetu Zbyněk Hyrák.

## Co jsou to Seznam Nákupy?

Jde o inzerci pro e-shopy, která se zobrazuje na cenovém rádci Zboží.cz a ve vyhledávání na Seznam.cz, ale také na Obrázky.cz nebo Sbazar.cz. Inzerce se zobrazuje formou obrázku produktu, názvu, ceny a doplňujících informací.

**Pomocí Seznam Nákupů můžete oslovit více než 50 %\* české internetové populace. Důležité je, že se jedná o publikum, které na internetu aktivně nakupuje.**

*(\*Zdroj: kumulativní měsíční reach RU Search.seznam.cz, Zboží.cz, Sbazar.cz a Obrázky.cz v období leden–září 2024 dle NetMonitoru)*

„Rozhodnuté uživatele, kteří hledají konkrétní produkty, často může na e-shop přivést produktová kampaň (například Seznam Nákupy). Popřípadě pokud prohlíží detaily produktů na e-shopu, tak i retargetingová kampaň zaměřená na ty, kteří již na e-shopu byli, čímž se v podstatě posiluje jejich efekt. A to je ideální kombinace,“ kterou doporučuje specialista Zbyněk Hyrák.

## Jak se zobrazuje inzerce na Zboží.cz?

Inzerce Nákupy se na Zboží.cz zobrazuje v těchto formách:

- Při vyhledávání ve Zboží.cz se na základě dané kategorie nebo vyhledávacího dotazu zobrazí nabídky konkrétních e-shopů
- Při zobrazení tzv. produktové karty se zobrazují doporučené nabídky, kde se e-shopy předhánějí o přední pozice pomocí aukce, kde vyhrává kombinace nejvyšší CPC a nejlepší relevance.

Níže se pak zobrazují Nabídky dle ceny. V případě, že e-shopy nabízí shodnou cenu, na vyšší pozici se dostane e-shop s lepší relevancí.

# Zobrazení reklamy ve vyhledávání na Seznam.cz

Dalším místem, kde se zobrazují Seznam Nákupy, je vyhledávání na Seznam.cz.

Při hledání klíčového slova, které odpovídá produktu nabízenému některým z českých e-shopů inzerujících v Seznam Nákupích, se zobrazí jejich nabídky, které si uživatel může snadno porovnat. Podobně se inzerce zobrazuje i při vyhledávání na serverech Obrázky.cz a Sbazar.cz.

## Jak se připravit na kvalitní inzerci

XML feed je klíčovým zdrojem dat pro inzerci Nákupů. Právě z něj čerpají systémy všechny informace o produktech, které se následně zobrazují uživatelům. Čím úplnější a kvalitněji zpracovaný feed e-shop poskytne, tím větší má šanci oslovit nové zákazníky.

Pro základní zobrazení inzerce jsou nezbytné údaje jako název produktu, popis, URL, cena, dostupnost a obrázek. Tím to však zdaleka nekončí. **Seznam doporučuje využít maximum možností, které specifikace XML feedu nabízí** – například informace o dopravě, slevách, dárcích k nákupu nebo jiných výhodách.

Díky těmto doplňkovým informacím se zákazník dokáže lépe rozhodnout, který produkt a v jakém e-shopu zakoupí. Čím více relevantních detailů mu poskytnete, tím atraktivnější pro něj vaše nabídka bude, a tím vyšší je pravděpodobnost, že právě váš e-shop získá novou objednávku.

## Jak propojit Shoptet e-shop se Seznam Nákupy

Váš e-shop na Shoptetu můžete snadno propojit se Seznamem, a tím pádem využívat Seznam Nákupy.

Do Seznam Nákupů se registrujete rychle a přímo z administrace e-shopu z **Propojení → Seznam** na záložce **Zboží**. Tam také najdete možnosti pro zadání propojovacích údajů (ID provozovny, tajný klíč) pro měření konverzí pro Seznam Nákupy.

Na záložce **Zboží** dále najdete možnosti nastavení XML feedu pro Seznam Nákupy. XML feed se ve vašem Shoptet e-shopu generuje automaticky a jeho adresu najdete v administraci v **Propojení → XML feedy**. Podrobnosti k nastavení XML feedu i měření konverzí najdete v Shoptet Nápovědě v článku Napojení na Zboží.cz.

V **Propojení → Seznam** na záložce **Sklik** najdete možnosti pro nastavení měření konverzí a retargetingu z Skliku. Detaily k propojení Shoptetu a Skliku najdete v Shoptet Nápovědě.

## Novinky v Seznam Nákupích k 15. 9. 2025

Od 15. 9. 2025 lze Seznam Nákupy spravovat už jen prostřednictvím Skliku. Inzerenti tu mají k dispozici přehledné nastavení i vyhodnocování pomocí kampaní, sestav a produktových skupin v prostředí, na které jsou v Skliku zvyklí.

Sklik navíc nabízí diagnostiku provozovny se základními ukazateli o XML feedu, nastavení konverzního kódu a cen dopravy.

Oproti dřívějšímu nastavení inzerce ve Zboží.cz umožňuje rozhraní Skliku spravovat inzerci ve více kampaních a sestavách, u kterých je možné hned sledovat výkon. Nastavení rozpočtu se sjednotilo na

denní rozpočet podle fungování Skliku.

Seznam Nákupy se tak staly plně součástí Skliku, a to včetně platby z jedné peněženky i propojeného účtu s možností plynule přecházet mezi administrací Skliku a Centrem Prodejce (dříve administrace Zboží.cz).

## Praktická doporučení, jak spravovat kampaň typu Nákupy

**Před samotným nastavením inzerce je potřeba** zvážit strukturu kampaní a sestav dle množství a šíře sortimentu e-shopu.

**Pokud prodáváte různé druhy sortimentu**, které spolu nemusí souviset nebo na nich máte výrazně rozdílné marže či potřebuje oddělit vyhodnocení, můžete si sortiment rozdělit do více kampaní.

Většina běžných e-shopů využívá pouze jednu kampaň, ve které dělí inzerci do několika reklamních sestav. V každé reklamní sestavě je možné přidat sortiment do inzerce pomocí produktových skupin.

Dle našich zkušeností doporučujeme sestavy členit dle:

- Ceny produktu
- Kategorie produktu
- Marže produktu
- TOP prodejní trháky
- Výběr sezónního zboží
- Atd.

V rámci těchto bloků inzerce **doporučujeme sledovat výkon inzerce pro jednotlivé plochy inzerce** popsané výše. Na základě výsledků je pak možné pomocí multiplikátoru upravit cenu za proklik na úrovni kampaně, aby byl využit celý potenciál.

**Co k tipům od Seznam výše doporučuje specialista a zároveň Zlatý Shoptet partner Zbyněk Hyrák?**

„Pokud prodáváte **podobný sortiment produktů**, respektive máte e-shop zaměřený na jeden hlavní obor a nechcete mít více kampaní pro Seznam Nákupy, pak **dává smysl mít rozdělenou kampaň Seznam Nákupy alespoň na více reklamních sestav** (například dle hlavního rozdělení na vašem e-shopu), popřípadě pak dle vašich businessových priorit, tj. například podle marží, sezónnosti atd.“

„**Občas je ale výhodnější založit více kampaní Seznam Nákupů**, abyste rozlišili třeba mezi TOP produkty s vysokou marží a low-cost produkty s nižší marží. A posléze pak v každé z těchto kampaní **mít pak podrobně strukturované reklamní sestavy** (například dle vašeho sortimentu podle rozdělení na vašem e-shopu apod.). Jakékoliv **rozdělení je pro Seznam Nákupy velmi výhodné**. Zcela špatně je mít vše v jedné kampani a v jedné reklamní sestavě „tzv. na hromadě“.

## Jak se dělí statistiky Seznam Nákupů

- **Produkt - doporučené nabídky**: statistiky prokliků ze sekce doporučených nabídek v rámci produktové karty

- **Produkt - nabídky dle ceny:** statistiky prokliků ze sekce nabídek dle ceny v rámci produktové karty
- **Vyhledávání:** statistiky prokliků realizovaných z vyhledávání na Seznam.cz nebo z výsledů vyhledávání na Zboží.cz

Podrobnější zobrazení statistik je možné připravit pomocí funkce statistických reportů v Skliku.

## **Možnosti automatizace správy cen za proklik**

Největším e-shopům doporučujeme pro nastavení CPC využívat bidovací nástroje, které dokáží automatizovaně upravovat CPC s ohledem na výkon sezónu a další vlivy.

<https://blog.shoptet.cz/seznam-nakupy-jak-s-nimi-pracovat>