



## Jste připravení na konec cookies třetích stran?


Přichystali jsme pro vás checklist, díky kterému krok po kroku zjistíte, jak jste na tom s přípravou na ukončení podpory cookies třetích stran v prohlížeči Google Chrome.

Čím více bodů si odškrtnete, tím lépe.

- Mám aktualizovaný konverzní a retargetingový kód** Doporučujeme

Do retargetingového a konverzního kódu vkládám zahashované e-maily svých zákazníků a návštěvníků mého webu, od kterých mám souhlas.


*Tento krok výrazně zvyšuje šanci, že uživatele oslovíte retargetingem a změříte jejich konverzi.*



Jak na to?
- Uživatelům nabízím Přihlášení přes Seznam**

Moji zákazníci a návštěvníci mého webu mají možnost se jednoduše přihlásit pomocí přihlašovacího tlačítka.


*Přihlášení přes Seznam usnadňuje uživatelům přihlášení a výrazně zvyšuje šanci, že na ně zacílíte retargeting a změříte jejich konverzi.*



Jak na to?
- Motivuji uživatele k přihlášení a souhlasu**

Aktivně vybízím své zákazníky a návštěvníky mého webu k přihlášení a udělení souhlasu s cílenou reklamou. Nabízím jim třeba slevu na první objednávku, výhodnější ceny zboží nebo personalizovaný výpis produktů.


*Díky e-mailům a dalším údajům získaným z účtu zákazníka nebo návštěvníka webu získáte identitu. Tu můžete využít pro naplnění retargetingových publik a změření více konverzí.*



Jak na to?
- Retargetingový kód spouštím ihned po souhlasu**

Při příchodu uživatele, od kterého souhlas zatím nemám, spouštím kód s consentem 0. V případě, že udělí souhlas, okamžitě kód spustím znovu, tentokrát s consentem 1.


*Cílem je maximalizace retargetingových publik. V případě spuštění retargetingového kódu s consentem 0 až při přechodu na další stránku se do retargetingových seznamů nezařadí uživatelé, kteří na další stránku nepřešli.*



Jak na to?
- Konverzní kód spouštím i s consentem 0**

Při dokončení konverzní akce zákazníka, jako je třeba objednávka na e-shopu, spustím konverzní kód i v situaci, kdy nemám souhlas s cílenou reklamou, avšak s parametrem consent 0.


*Sklik a Zboží.cz tak v souladu s legislativou změní část konverzí i anonymně.*



Jak na to?
- Využívám Dynamický retargeting návštěvníků Seznamu** Tip pro e-shopy

Coby provozovatel e-shopu využívám Dynamický retargeting návštěvníků Seznamu, který spojuje výhody přesného cílení produktové inzerce a cílení na základě dat nezávislých na cookies třetích stran.


*Díky tomu maximalizujete zásah a zároveň oslovíte potenciální zákazníky cenově dostupnější formou.*



Jak na to?
- Spoléhám se na cílení nezávislá na identitě** Vyplatí se

V Skliku využívám cílení, která jsou zcela nezávislá na identitě: jednoduchou obsahovou kampaň, cílení na umístění, témata nebo klíčová slova.


*Výhodou těchto cílení je vyšší zásah a možnost oslovit potenciální zákazníky cenově dostupnější formou.*



Jak na to?
- Pracuji s cíleními, která se obejdou bez cookies třetích stran**

V kampaních využívám cílení na zájmy, zájmy o koupi, Lookalike cílení nebo cílení na vlastní seznamy zákazníků.


*Tato cílení spojují výhody vyšší efektivity cílené reklamy, a přitom nejsou vůbec nebo jsou jen částečně závislá na cookies třetích stran.*



Jak na to?
- Pracuji s CRM technologií**

Aktivně sbírám a pomocí CRM nástroje analyzuji data o zákaznících s cílem pochopit jejich chování a nákupní zvyklosti. Vytvářím zákaznické segmenty pro jejich následnou aktivaci v Skliku, a to zejména u cílení na vlastní seznamy zákazníků.

*V rámci cílení na vlastní seznamy zákazníků v Skliku je vhodné využívat podrobnější segmentaci zákazníků. Díky tomu naplno využijete potenciál tohoto cílení.*



Jak na to?

Více o konci cookies třetích stran zjistíte na [našem webu](#).