



## Remarketing

Na pomezí reklamy a správy webu

---

**Filip Hráček**

Account Strategist -> Developer Relations Manager

Příběh ze života (Úvod do problematiky)

Princip fungování Remarketingu

Strategie Remarketingu pro eshop

Strategie Remarketingu pro obsahový web

Grand Canyon Sightseeing Tours and Activities

Enjoy a wide variety of Grand Canyon tours and activities including the [Grand Canyon Train](#).

**Provide Your Contact Information**

Remember, [Lender](#) is a direct lender. We do not sell your information to other lenders. Your information is secure with us.

First Name:

Last Name:

Email:

Home Phone:

Cell Phone:

Best Time to Call:

Address:

City:

State:

Zip:

**Reason for Loan**

Type of Loan:

Property Location:

Property Value:

Mortgage Balance:

Rate Your Credit Score:

Are you willing to document your income during the loan process?

Language Preference:

Our No Spam Policy [Lender](#) will not sell your email address to any third party and will use it only as related to our current loan process or to notify you of our special offers in the future. [Please click here for our Privacy Policy.](#)

**Loan Amount:** \$  ?

**Property Value:** \$  ?

-- Select property state -- ?

-- Select loan type -- ?



# Princip remarketingu

**Najděte na webu uživatele, kteří v minulosti navštívili vaši stránku.**



# Princip remarketingu

**Představte si, že...**

**...vlastníte  
vyhledávač hotelů...**

# Někdo navštíví vaši stránku a hledá hotel



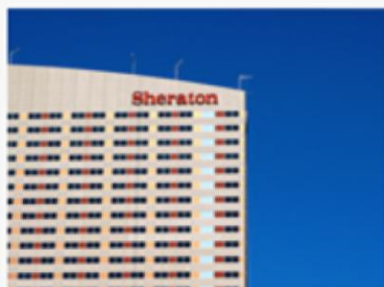
## Hotel Finder

Choose a hotel

Luxury



Business



Budget



Prokousají se daleko, ale nakonec si nic nezarezervují.



# Hotel Finder

Choose a hotel > Luxury

Hotel Malibu

Details:



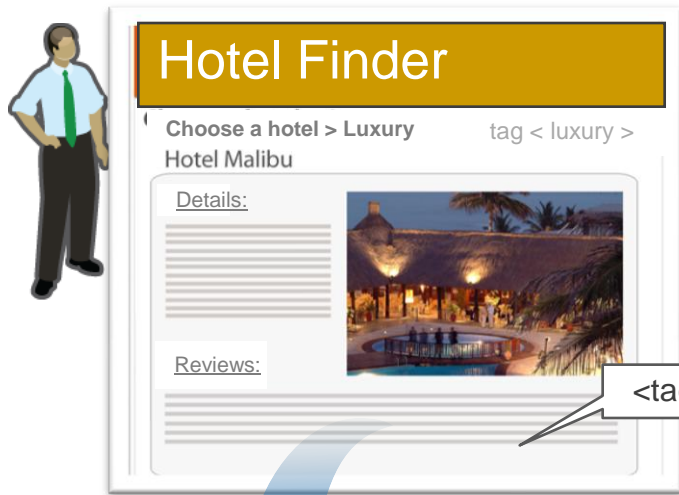
Reviews:





# Když jsou na stránce s AdSense jednotkami, uvidí vaši reklamu

1. Remarketingový kód uloží uživateli cookie do prohlížeče




**Hotel Finder**

Choose a hotel > Luxury tag < luxury >

Hotel Malibu

Details:




Reviews:

<tag>

Seznam návštěvníků sekce "Luxusní hotely"



2. Uživatel je rozpoznán v Reklamní síti Google, a ukáže se mu vaše reklama




**News and Politics**

**News Headline**

Markets >Dow - 10,000 + 1.34%

**Hotel Finder**



**Cheap hotels**  
Find Hotels By Price, Star Rating Or Location. Cheap hotels  
www.ResortGateway.com

**Save on Las Vegas Hotels**  
Amazing Las Vegas hotel discounts. Easily book your room today.  
www.Tripres.com

**Devon PA Hotel Deals**  
Shop and Compare Great Deals on Hotels in Devon PA.  
www.priceline.com

**Beach Hotels in Menorca**  
Deals on Menorca Beach Hotels. 1000's of Deals to Book Online!  
www.UlookUbook.com

Ads by Google

# Strategie remarketingu

# Základní strategie remarketingu



**Cíl:** Zasáhnout všechny relevantní uživatele, kteří již váš web znají

Uživatelka



**Výsledky:** Lépe cílená reklama ➔ vyšší CTR i konverzní poměr

**Tipy:**

- Speciální nabídky
- Slevy a kupóny
- Hromadné oslovení před Vánoci, prázdninami, atd.

Inzerenti mohou cílit na **seznamy uživatelů** i jejich **kombinace**



**Seznam A:** Všichni, kteří navštívili košík

Umístěte remarketing tag na **stránky v košíku**



**Seznam B:** Všichni, kteří dokončili objednávku

Umístěte remarketing tag na **děkovací stránku po dokončení objednávky**

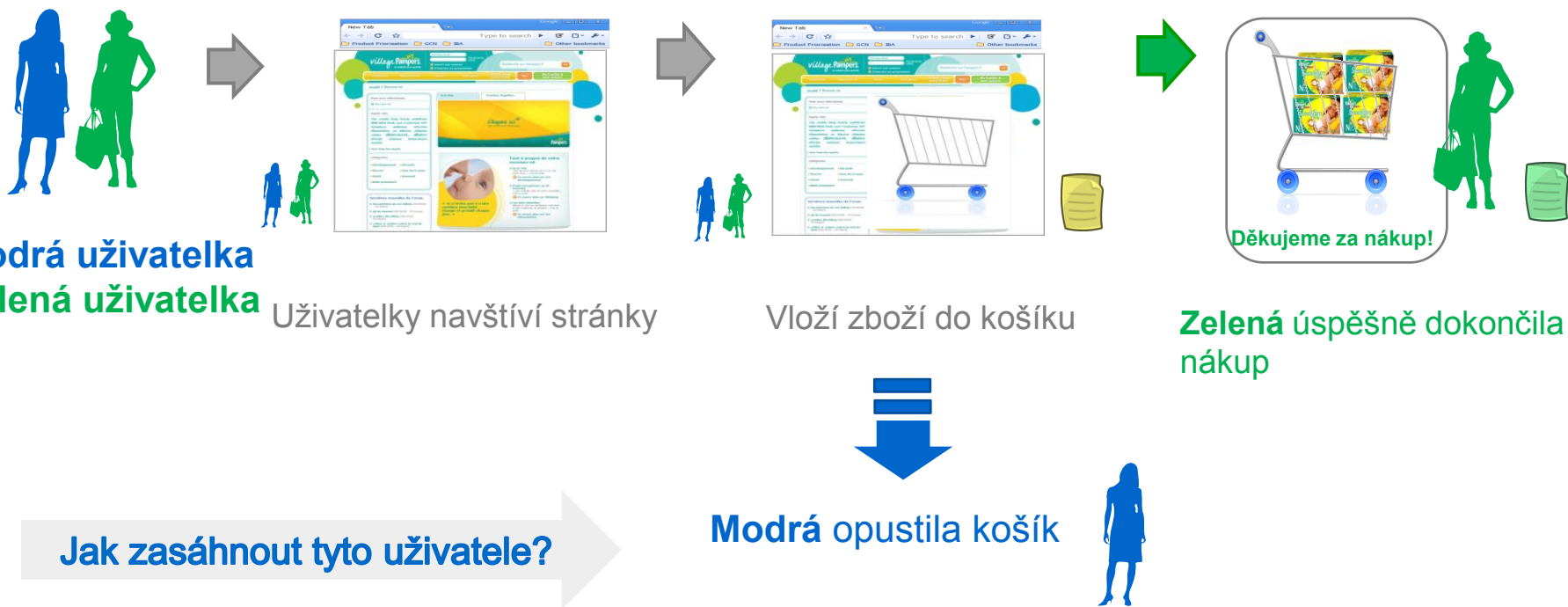


**Kombinace** = Uživatelé na **seznamu A** a NE na **seznamu B**

“Všichni uživatelé, kteří navštívili vaše stránky a **neuskutečnili nákup**“

## Příklad 1

Cíl: Zasáhnout uživatele, kteří si vložili zboží do košíku, ale objednávku nedokončili

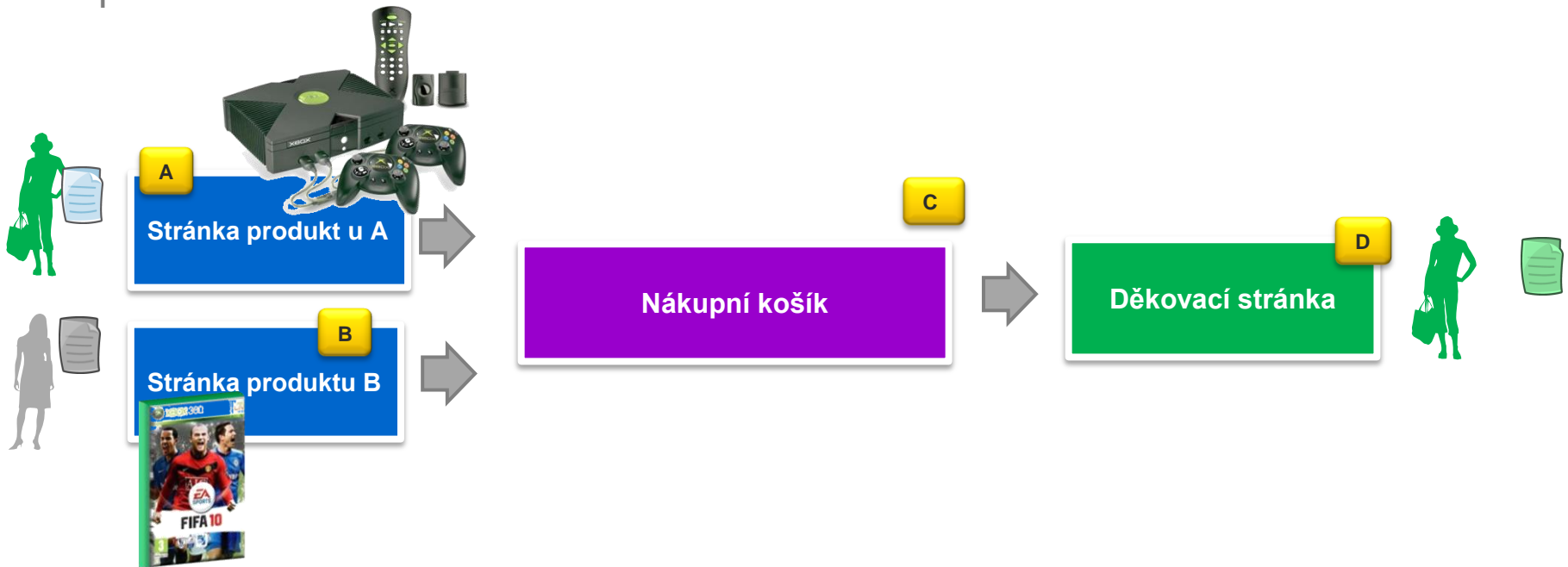


Jakou kombinaci seznamů uživatelů použít?

**Kombinace** = Uživatelé na **seznamu A** a **NE** na **seznamu B**

## Příklad 2

Cíl: Zasáhnout uživatele, kteří si koupili produkt A, ale nenavštívili stránku produktu B

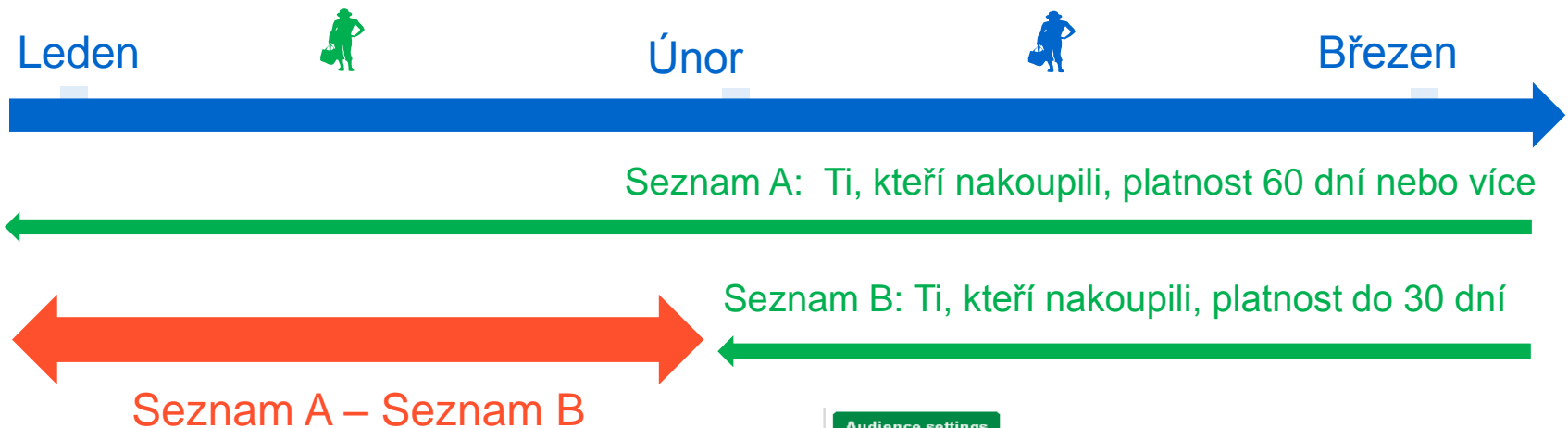


Jakou kombinaci seznamů uživatelů použít?

**Kombinace** = Všichni uživatelé na **seznamu A** + **seznamu D** a NE na **seznamu B**

## Příklad 3

Cíl: Zasáhnout uživatele, kteří nakoupili déle než před měsícem



Nadefinujte si vhodnou délku trvání členství v seznamu uživatelů (až 540 dní)

The screenshot shows the 'Audience settings' interface for creating a new remarketing list. The 'Membership duration' is set to 30 days. The 'Tags' section is set to 'Select from existing tags'. The 'Available tags' list includes: MobilePhone PhoneDetails [Tag], MobilePhone PhonesList [Tag], MobilePhone PlanDetails [Tag], MobilePhone PlansList [Tag], MobilePhone StoreLocator [Tag], TVFinancial [Tag], and TVSports [Tag]. The 'Selected tags' section is currently empty. 'Save' and 'Cancel' buttons are at the bottom.

## Příklad 4

**Cíl:** Zasáhněte uživatele, kteří během minulých 30 dní nekonvertovali **a** zobrazte jim reklamu na [www.mesec.cz](http://www.mesec.cz)

### Remarketing strategie:

1. Jako umístění zvolte server [www.mesec.cz](http://www.mesec.cz)
2. Vytvořte list uživatelů, kteří konvertovali a vložte je jako **vyloučené publikum**

# Případová studie Nexus One: Remarketing dosahoval nejvyšších konverzních poměrů a nejmenší CPA

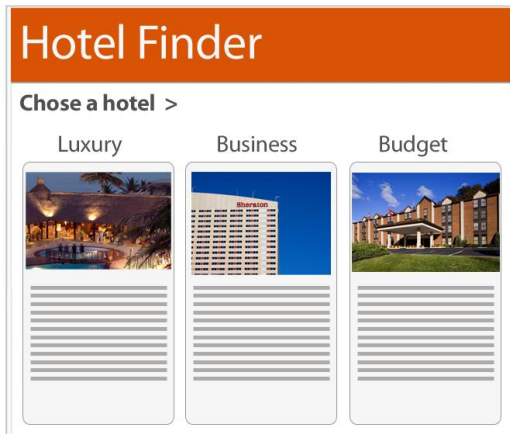


- Konverzní poměr remarketingu byl 2.3x vyšší než průměr účtu a **CPA\* byla 2.4x nižší.**
- Bannerové reklamy fungovaly nejlépe. Remarketingová display kampaň generovala **3.2x vyšší konverzní poměr** než zbytek displejové reklamy v účtu.

\*CPA = cena za akvizici, v tomto případě za jeden nákup.

Marketingový tým Nexusu One se rozhodl vyzkoušet jednoduchou remarketingovou kampaň: zacílit **na návštěvníky stránky, kteří nenakoupili**. Průběh testu byl tak dobrý, že tým postupně ztrojnásobil rozpočet kampaně. To jim také umožnilo cílit stále rostoucí seznam uživatelů. Remarketingové kódy byly nasazeny do každého kroku nákupní cesty webem a košíkem – bylo tak možné **optimalizovat** výkon skrze nabízení různých CPC pro různé seznamy.

Takže?

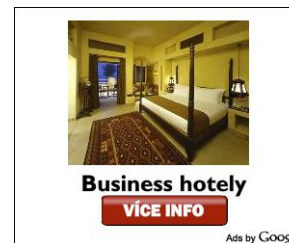


1

Návštěvník vašeho webu je označen pomocí cookie.

2

Poté jej znovu oslovíte prostřednictvím Reklamní sítě Google.



3

Návštěvník se vrací zpět.

Znovu oslovte uživatele, kteří již navštívili váš web.

- Přiveďte zpět “zběhlé” návštěvníky a nakupující.
- Diferencujte svá sdělení na skupiny návštěvníků různých částí vašeho webu
- Vylučte ze své kampaně stávající zákazníky

Díky!

(filiph@google.com)