

Případová studie  
**Cílení na diváky**  
**internetové televize**  
**Stream.cz**



**SKLIK.cz**

## O McDonald's

McDonald's není třeba představovat. V České republice je již 25 let a je lídrem trhu. Kromě svých burgerů, hranolek či zmrzliny se McDonald's zapsal již mnohokrát do historie jako inovátor. Ať už se jedná o první drivy, snídaně a další průlomové nabídky, nebo o inovativní přístup ke komunikaci. Kromě toho český McDonald's posbíral řadu ocenění za kreativní práci i za své digitální projekty.

## O agentuře OMD

Mediální agentura OMD se zabývá komplexním mediálním poradenstvím a nákupem médií pro své klienty se specializací na plánování a optimalizaci reklamních investic. OMD mimo jiné patří do skupiny Omnicom Media Group, která je celosvětovým gigantem v oblasti mediálního trhu s pobočkami v téměř 80 zemích světa.

## O Stream.cz

Nejnavštěvovanější česká internetová televize. Původní pořady jako Kancelář Blaník, Jídlo s.r.o. nebo Kazmova One man show a pohádky pro děti přilákají na Stream.cz 300 tisíc lidí denně. Stream.cz baví každý měsíc 2 miliony diváků a jeho díly mají na 40 milionů zhlédnutí za měsíc.

## Cílení na diváky Stream.cz

V obsahové síti Skliku je nyní možné oslovovat speciální publika – diváky internetové televize Stream.cz. Toto cílení najdete jako speciální typ zájmů v záložce Zájmy o koupi. Cílit můžete jak na diváky jednotlivých pořadů, tak na celé kategorie pořadů.

## Úvod

McDonald's prostřednictvím mediální agentury OMD jako jeden z prvních inzerentů otestoval na publikum internetové televize Stream.cz novinku cílení. Konkrétně byl nový druh cílení využit pro podporu webu McDonald's 360, který uživatele zve na 360° virtuální prohlídku restaurace i jejího zákulisí. Přes tuto platformu je možné vejít i do kuchyně a zblízka se podívat, jak se připravují hamburgery nebo hranolky.

## Jak jsme postupovali

Digitální tým agentury OMD v rámci testu zacílil na uživatele, kteří se zajímají o kvalitu jídel a potravin. Z možností nového cílení padla nejlogičtější volba na uživatele sledující pořady A dost!, Jídlo s.r.o. a Peklo na talíři. Tedy téměř 450 tisíc diváků.

### Uprava Zájmu o koupi ✕

Hledat podle názvu

Speciální – diváci Stream.cz – kategorie pořadů

Speciální – diváci Stream.cz – pořady

Diváci 3000 mil v sedle	61
Diváci 33 otázek	94
<b>Diváci A DOST!</b>	<b>548 tis.</b>
Diváci Alles Gute	414
Diváci Anča & Monča	49
Diváci Andrea v akci	54
Diváci Aulťoškola	187
Diváci Auto meta	4 tis.

Zvolené Zájmy o koupi (3) / [Vyloučené Zájmy o koupi \(0\)](#)

- Diváci A DOST!
- Diváci Jídlo s.r.o.
- Diváci Peklo na talíři

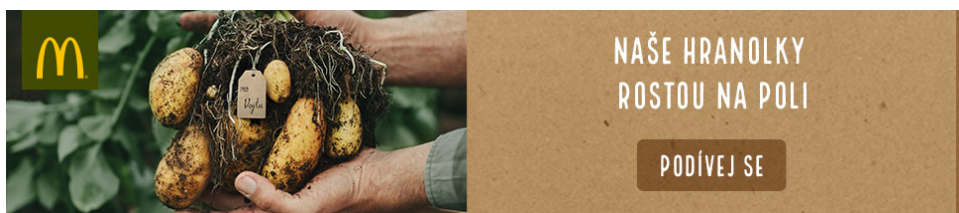
[Uložit výběr Zájmu o koupi](#)

Následovalo nasazení vhodných reklam. Pro účely kampaně bylo spuštěno celkem 7 verzí reklamních textů a 3 sady bannerů. V průběhu kampaně pak byly méně úspěšné kreativy postupně pozastaveny a zůstaly pouze ty s nejvyšší mírou reakce. Celý test trval 11 dní a využil téměř 600 tisíc zobrazení reklamy.

### Z čeho jsou masové plátky – v McDonald's Burgerech?

[www.mcdonalds360.cz](http://www.mcdonalds360.cz)

Nahlédni do kuchyně McDonald's a zjisti více o přípravě a kvalitě burgerů.



## Jaké byly výsledky

Oproti ostatním McDonald's kampaním, které se v Skliku zaměřují na oslovení nových uživatelů, doručilo nové cílení na diváky Stream.cz o



▼ 31 %

o 31 % nižší cenu za proklik



0,72 %

CTR o hodnotě 0,72 %



▼ 25 %

Bounce rate až o 25 % nižší oproti ostatním digitálním kanálům

## Doporučení pro cílení na diváky Stream.cz

- Pro lepší přehled a orientaci v kampaních Sklik oddělte cílení na diváky Stream.cz do samostatné kampaně.
- Oddělené kategorie nebo samotné pořady na úrovni sestavy vám usnadní práci s optimalizací CPC dle výkonu.
- Soustředte se na atraktivitu a srozumitelnost sdělení v textové a bannerové ploše, které má zásadní vliv na úspěch kampaně.
- Pro maximální zásah využijte textové i bannerové formáty pro cílení do obsahové sítě Sklik a podpořte vyšší CPC sestavy, které mají vyšší konverzní poměr.
- Výsledky nesledujte pouze v rámci last click konverze, ale zohledněte, jakou roli hrálo cílení v cestě diváka k cíli. Jedná se o typ cílení, který je silný v oslovování nových relevantních publik.
- Pokud nevíte, jaká je vhodná cílová skupina pro váš produkt nebo službu, využijte [sociodemo stránku](#) vybraných pořadů Stream.cz.