

Benchmark

obor Cestovní služby

Duben 2022



Markéta Nachlingerová
Teamleader mediaplannerů



Veronika Hornová
Konzultant mediálního plánování

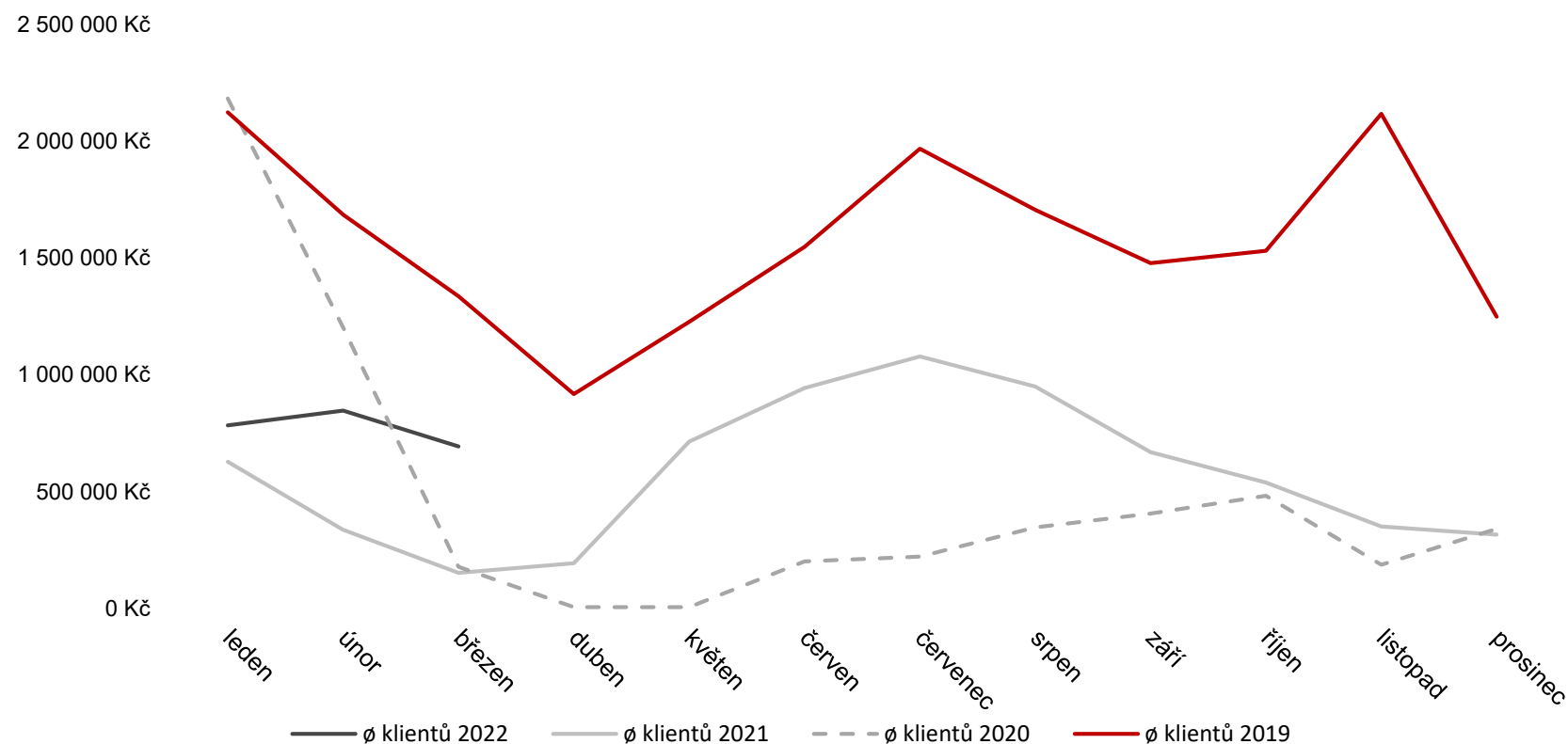


Veronika Vodrážková
Specialista cílené reklamy



Vývoj investic ze všech prodejních kanálů

Průměrná investice tří největších hráčů v oboru



”

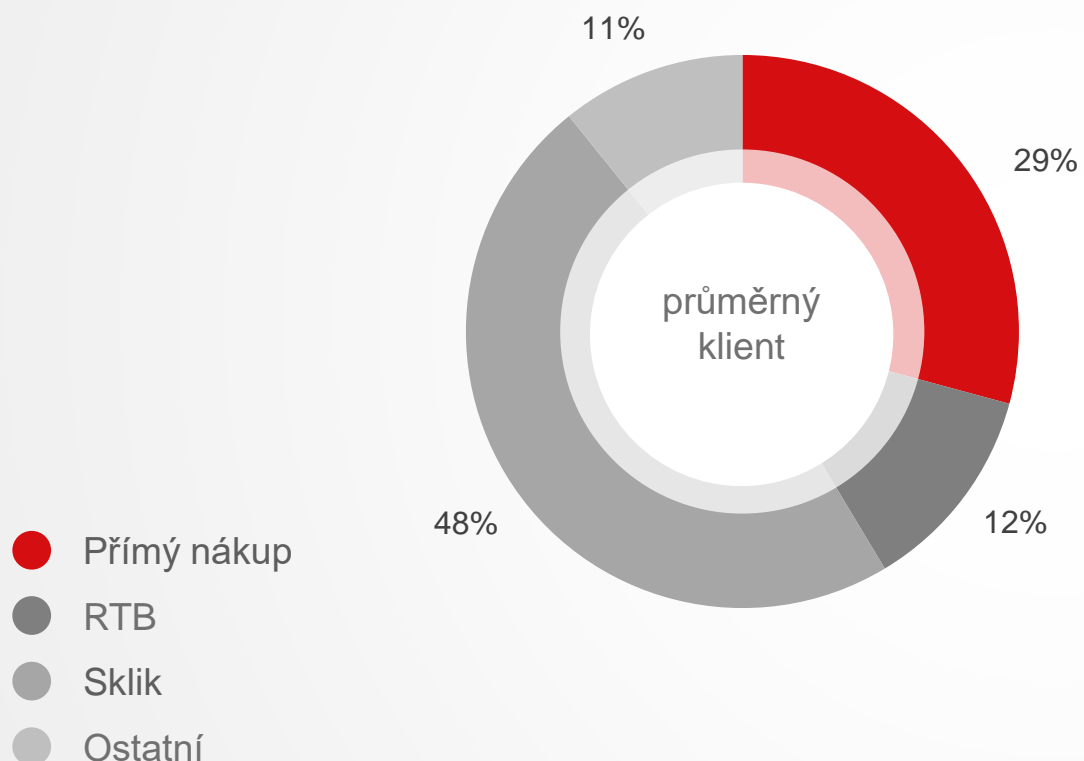
Graf reflektuje vývoj investic v „předcovidovém“ roce 2019 a jejich pokles způsobený pandemií v letech 2020-2021.

Zdroj: Interní data Seznam.cz – reálné net net investice zadavatelů za předchozí a letošní rok



Způsoby nákupu

Podíl investic za předchozích 12 měsíců



”

Průměrný hráč v oboru **Cestovní služby** směřuje 48 % investic do Skliku, dalších 29 % do přímého nákupu a zbylých 23 % má rozdělených do RTB a tzv. ostatních kanálů.

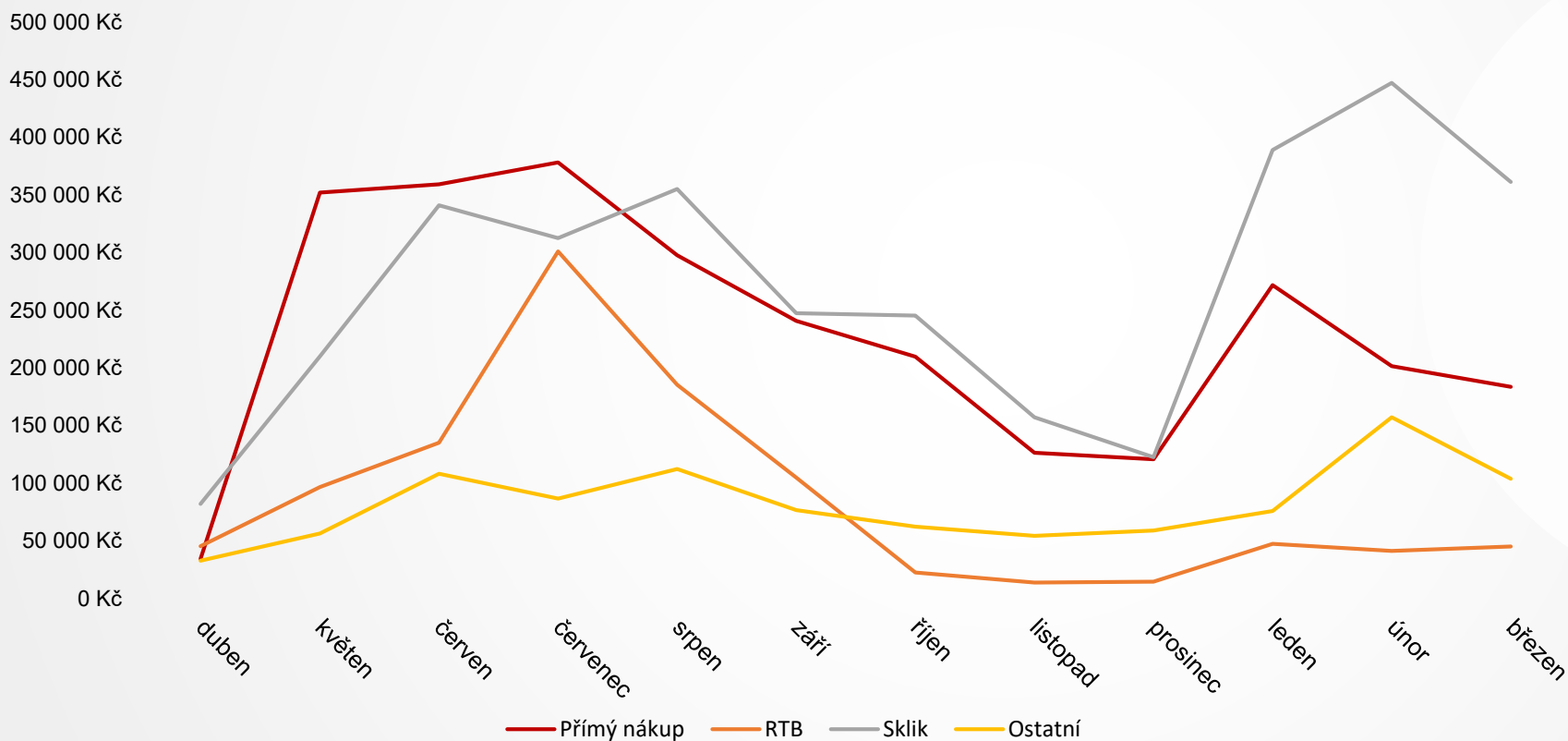
Zdroj: Interní data Seznam.cz – reálné net net investice zadavatelů

Ostatní = databáze (firmy.cz, zboží.cz, kupi.cz), kalkulačky na oborových službách



Způsoby nákupu

Vývoj investic průměrného hráče v oboru za předchozích 12 měsíců



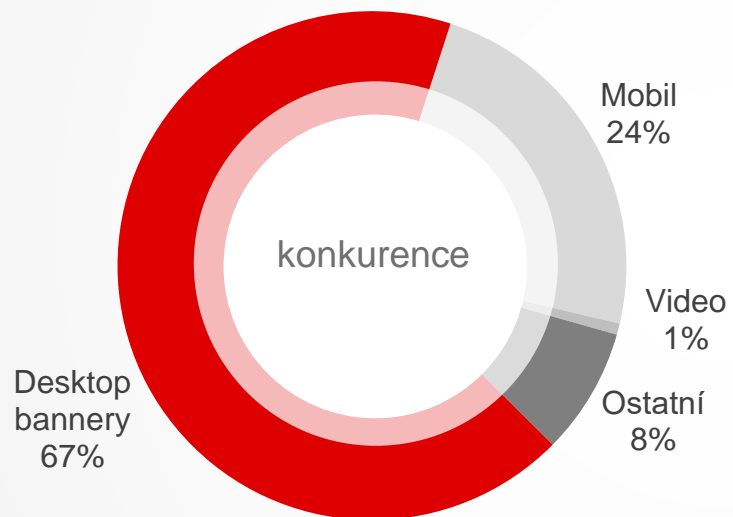
Zdroj: Interní data Seznam.cz – reálné net net investice zadavatelů

Ostatní = databáze (firmy.cz, zboží.cz, kupi.cz), kalkulačky na oborových službách



Formáty v komunikaci

Podíl investic za předchozích 12 měsíců v přímém nákupu



”

Vzorek klientů v daném období nejvíce využíval desktopové bannery, následované mobilní reklamou.

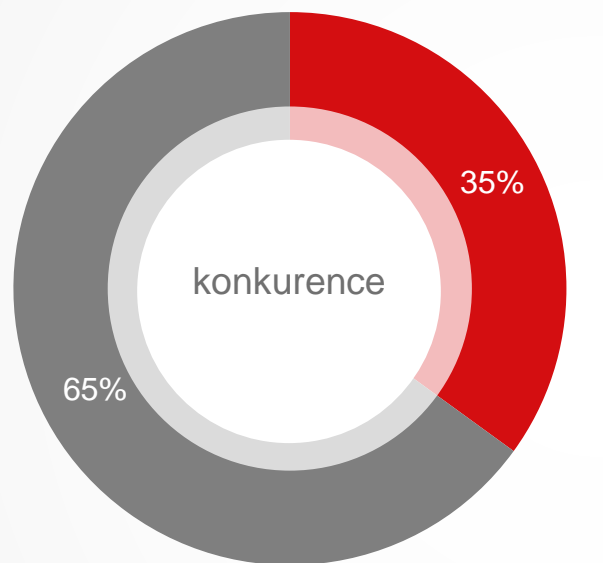
Zdroj: Interní data Seznam.cz – reálné net net investice zadavatelů

Desktop banners zahrnují i ty, které můžou propadávat do mobilů. Ostatní = PR články, speciální projekty, letáky, direct maily, rádia, podcasty



Cílená reklama

Podíl investic za předchozích 12 měsíců v přímém nákupu



● Cílená reklama ● Bez cílení



Klienti cílí na celou oblast zájmu
**Cestování-
Adventura/outdoor, Cestovní
ruch/dovolená/CK,
Evropa/blízká moře, Exotika,
Hory a dále například na
Rodiny – Rodiny s dětmi**

Chcete cílenou reklamu? Rádi
vám doporučíme vhodné oblasti
zájmů pro zásah konkrétní
cílovky!

Top 10 nejpoužívanějších pozic

Průměrný výkon dle CTR za předchozích 12 měsíců v oboru cestování v přímém nákupu

Služba	Produkt	CTR
Homepage	Nativní inzerát	0,67 %
Homepage	Wallpaper floating	0,27 %
Novinky	Mobilní square premium	0,47 %
Novinky	Skyscraper floating	0,33 %
Novinky	Produktová plachta	0,10 %
Super	Skyscraper	0,22 %
Homepage	Skyscraper	0,18 %
Homepage	SkySquare	0,26 %
Super	Mobilní square premium	0,46 %
Zprávy	Rectangle	0,06 %



Nejpoužívanější pozice řazeny dle nakoupeného množství impresí. Pouze garantované produkty.

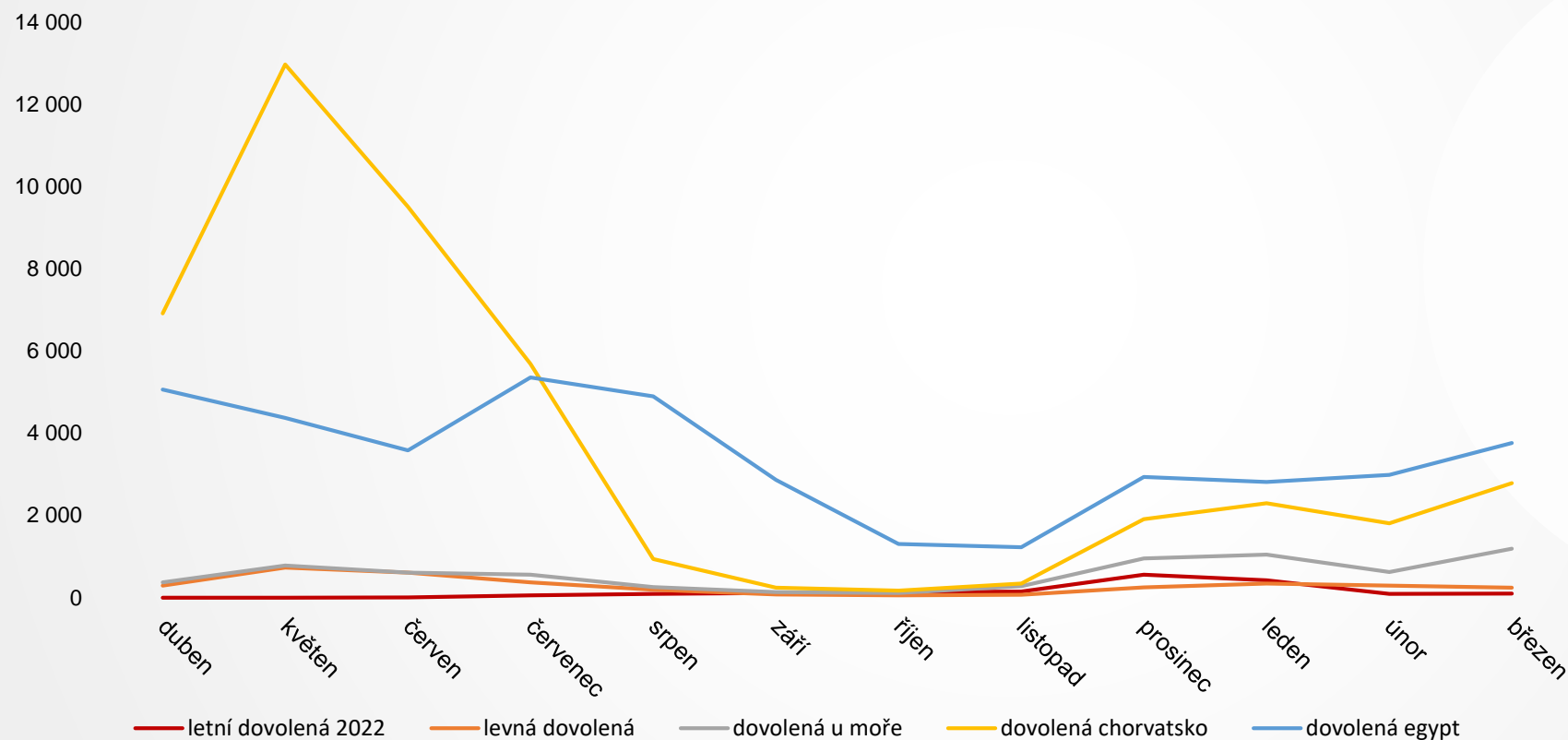
Na výsledném CTR se podílí správně připravené kreativy. Mrkněte na tipy pro jejich výrobu:

<https://banners.adgallery.cz/doporuce-ni.pdf>

Naleznete zde mimo jiné příklady z praxe s nárůstem výkonu o více jak 300%

Hledanost klíčových slov

Vyhledávání na Seznamu za předchozích 12 měsíců



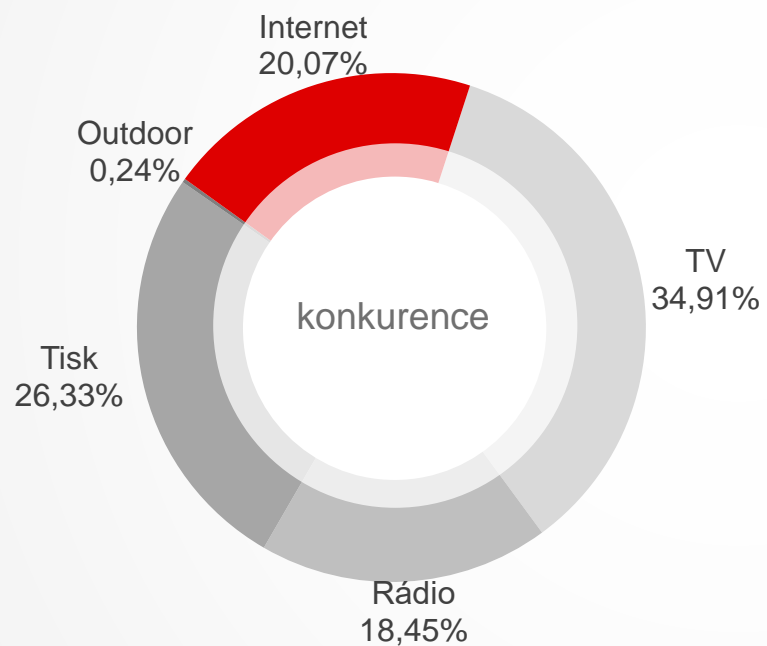
Z vybraných klíčových slov je nejhledanější „dovolená Chorvatsko“

Zdroj: Interní data Seznam.cz – měsíční počet hledání



Mediamix

Brutto monitoring inzerce za předchozích 12 měsíců



”

Tři největší hráči v oboru Cestovní služby směřují 35 % do televize, 26 % do tisku a následují investice do onlinu a rádia.

Zdroj: monitoring reklamních investic Admosphere (internet bez programatického nákupu)





Děkujeme za pozornost