

6 TIPŮ, JAK VYUŽÍT CÍLENÍ NA VLASTNÍ SEZNAMY ZÁKAZNÍKŮ V SKLIKU

Cílení na vlastní seznamy zákazníků vám dává příležitost ke kreativnímu využití vašich dat pro zobrazení reklamy specifickým uživatelům. Jaké jsou tedy cílení na uživatele a zákazníky?



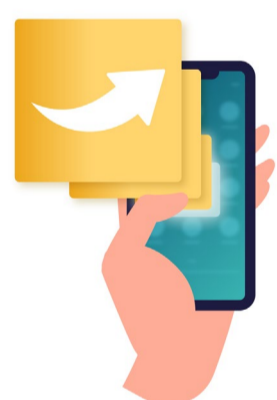
Na blížící se výprodej, nebo speciální akci spojenou s konkrétní pobočkou můžete upozornit zákazníky, kteří zde nakoupili nebo se registrovali, a to pomocí nasbíraných **e-mailových adres z kamenné prodejny**.

Cílením na neaktivní uživatele se připomenete těm zákazníkům, kteří u vás už dříve nakoupili, ale od jejich poslední objednávky uplynula dlouhá doba. Jsou to produkty jako cestovní pojištění, vouchery nebo nákup zájezdu.



Pro upselling využijte **cílení na uživatele z věrnostního programu**. Nabídněte jim nové zboží či služby, nebo je znovu oslovte, pokud jsou neaktivní.

Cílením na uživatele s adresou v konkrétním městě upozorníte zákazníky na novou pobočku, nebo na rozšíření rozvozu na jejich adresu.



Využijte **cílení na přihlášené uživatele s nainstalovanou aplikací**. U těchto zákazníků je pozorovaná častější konverze.

Vylučte stávající zákazníky a ušetřené prostředky investujte do **cílení na nové uživatele**.



SKLIK.cz

K cílení můžete využít i e-mailové adresy, které nejsou jen na doméně Seznam.cz. např. Gmail.com, Email.cz nebo Centrum.cz. Počet spárovaných adres musí být **minimálně 200**.

Pro více informací k tomuto cílení se podívejte na [video](#).