

Výkon po inventory



V kampaních, které spravujeme pro klienta Fortuna, využíváme inventory různých publisherů. To je v našem případě výjimečný přístup, který pro nás má jeden důležitý přínos – možnost srovnat inzertní prostor Seznamu s inventory jiných publisherů, zejména těch, u kterých také nakupujeme prostor pomocí privátních dealů (CPEX, Economia, CNC a R2B2).

Pojďme se podívat, jak si Seznam v takovém srovnání stojí...



Začneme CTR. Nejlépe co do proklikovosti vyšel nákup v otevřené aukci (0,35 %), jejímž prostřednictvím jsme kampaně vydávali napříč různými inventory, tedy nejen na těch, která jsme nakupovali i přes privátní dealy jednotlivých publisherů. V rámci privátního nákupu dosáhlo nejvyššího CTR Seznam inventory (0,22 %), které výrazně předčilo inventory Economie (0,08 %), CPEX (0,11 %), R2B2 prostor (0,12 %) i CNC (0,13 %).

nákup v otevřené aukci	privátní nákupy				
0,35 %	0,22 %	0,08 %	0,11 %	0,12 %	0,13 %
různé inventory	Seznam inventory	Economia	CPEX	R2B2	CNC

Pokud se na nakoupený prostor podíváme z pohledu vizibility, naše inventory obstálo rovněž výborně. Na privátních dealech Seznamu jsme totiž zaznamenali vizibilitu vůbec nejvyšší, a to 50,45 %, zatímco v případě dealů CPEXu to bylo 38,81 %, v případě CNC 35,02 %, u R2B2 29,16 % a u Economie 28,89 %. Imprese v otevřené aukci měly průměrnou vizibilitu 34,55 %.

nákup v otevřené aukci	privátní nákupy				
34,55 %	50,45 %	28,89 %	38,81 %	29,16 %	35,02 %
různé inventory	Seznam inventory	Economia	CPEX	R2B2	CNC

Tyto výsledky, byť založené na datech z kampaní pro jednoho klienta, poukazují na to, že „prémiovost“ našeho inventory má reálné základy. Pyšnit se můžeme především velmi nadstandardní vizibilitou, a i když u jiných publisherů (např. R2B2) pozorujeme postupný nárůst v této metrice, inventory žádného z těch, které v kampaních nakupujeme, nedosahuje úrovně našeho prostoru.