

## Tisková zpráva

Praha, 15. listopadu 2016

---

### **Jaké tři největší změny představil Google na P&B Summitu**

**Na šestém ročníku konference Performance & Branding Summit přinesl Google novinky ze světa marketingu a programování. Minulý týden se v pražské La Putyce hovořilo především o nárůstu uživatelů na YouTube, dalších rozšíření Google Adwords nebo o tom, že mobilní vyhledávání celosvětově překročilo hledání na desktopech. Novinky shrnuje ředitel digitální agentury LCG New Media Vojtěch Lambert.**

#### **YouTube**

Velký prostor letos dostal YouTube, který od podzimního Agency Day vyrostl o dalších 300 tisíc aktivních uživatelů. Nyní jej aktivně využívá 4,9 milionu uživatelů měsíčně a zasahuje 63 % z celkových 68 % české internetové populace. Dostí dýchá na záda i největším konkurentům na poli offline TV vysílání, Nově a Primě. Za poslední půlrok vzrostl čas strávený na YouTube v cílové skupině 15-24 let z 64 na 134 minut týdně, tedy o více jak 100 %. Hlavními tahouny jsou tak stále populárnější youtubeři, které tato cílová skupina doslova hltá.

*„To, že jsou youtubeři pro řadu značek velmi zásadní, nám pravidelně potvrzuje řada klientů, která s nimi spolupracuje. Trend youtuberů je stále rostoucí. Muselo by se stát něco zásadního, aby přestali bavit cílovou skupinu,“* vysvětluje Vojtěch Lambert, ředitel LCG New Media.

Zajímavé však je, že mezi druhou nejvíce rostoucí skupinu patří uživatelé ve věku 65-69 let. YouTube tak není pouze dominantou mladých, jak si mnozí myslí, ale začíná kopírovat průřez celým věkovým spektrem české populace. YouTube na toto reaguje a nabízí agenturám a mediálním domům plánovací nástroje, které přesně dokáží sestavit kampaň včetně mediálkám dobře známým ukazatelům jako jsou GRP či TRP. YouTube také v detailu představil svůj poměrně nový formát Bumper Ads, tedy 6s reklamu, který je již nějakou dobu možné nakupovat a využívat.

#### **Mobilní vyhledávání**

Google v minulém roce ohlásil, že mobilní vyhledávání celosvětově přeskočilo vyhledávání na desktopech. Aktuálně je tato hodnota u nás v průměru na 30 %. Produktové informace na mobilech tvoří až 12 % všech dotazů a konverze jsou na úrovni 3 %. Mobil se tak stal velmi důležitým kanálem v celkovém nákupním procesu a jeho optimalizace je proto nutné brát vážně. Google za jeho absenci mimo jiné penalizuje kampaně vedené na mobilních zařízeních, a to v případě západních států může tvořit až 70 % všech hledání.

*„Optimalizace pro mobilní zařízení je v současnosti už nutnost. Zvláště pokud chcete zasahovat mladou cílovou skupinu, která tráví na mobilu velkou část dne a skrze několik interakcí utváří názor na produkt či službu. Nyní se tak většina nových webů tvoří s responzivním designem už od začátku,“* doplňuje Vojtěch Lambert.

#### **Google Adwords (GDN + Rozšířené texty)**

Rozhraní Adwords zaznamenává neustálé změny. Již první vlašťovky před P&B Summitem ukazovaly asi největší změnu od zvýšení počtu placených pozic z TOP3 na 4 z prvního kvartálu tohoto roku. Tímto je rozšíření popisků v inzerátu ve vyhledávací síti z 2x35 na 80 znaků. Tím nejen dojde k dalšímu odsunutí organických umístění do

zadních pozic, ale hlavně umožní agenturám ještě více zapojit svá kreativní oddělení. Google tím sleduje i další zvýšení CTR, a to až o 20 % oproti stávajícím reklamám.

*„Novinka pomůže zejména eshopům, které nabízí velké množství produktů. Mimo stěžejní hlavní brandové kampaně budou moci bannery tvořit tímto způsobem,“* dodává Lambert s tím, že stávající dynamické bannery mají nyní největší míru konverze.

Změnami prochází i populární reklamní síť Google Display Network, kterou se snaží Google neustále inovovat. Klasické textové inzeráty, rozšířené o obrázek, se budou nově přizpůsobovat svému okolí. Znamená to, že reklama se přizpůsobí veškerým formátům vč. mobilních, bude měnit nativně barvu, fonty, nadpisy, rámečky nebo zobrazení ceny. Cílem je co nejdokonalejší splynutí s okolím, vylepšením dojmu z reklamy a zachování vysoké míry prokliku s co největší relevancí. Tyto responzivní inzeráty budou dostupné v Adwords v průběhu třetího kvartálu tohoto roku.

### **Kontakt pro média:**

#### **Martin Eckstein**

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: [martin@eckstein.cz](mailto:martin@eckstein.cz)

---

### **O LCG NEW MEDIA:**

*Jsmo digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizčních kanálů a budování značky skrze sociální sítě. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držiteli certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více informací na [www.lcgnewmedia.cz/](http://www.lcgnewmedia.cz/).*

---