



**Vojtěch Lambert**  
ředitel digitální agentury LCG New Media

## JE TO NOVÉ, MOHLO BY TO FUNGOVAT

**Facebook oznámil spuštění reklamy v rámci Instagram Stories. Je to zajímavá alternativa k televizní reklamě.**

První březnový den oznámil Facebook otevření nové reklamní platformy pro inzerenty – reklamu v rámci Instagram Stories. Jedná se o dlouho očekávanou změnu, kterou ocení všechny značky a firmy, jež zajímá zásah uživatelů Instagramu přímo v rámci populárních osobních příběhů.

Nová reklamní platforma je aktuálně k dispozici prostřednictvím API, brzy má být zpřístupněna pro všechny inzerenty. Facebook nyní nabízí tzv. „reach“ kampaně, které jsou ideální pro branding firem a značek. Postupně ale plánuje zavést reklamní formáty, jako jsou prokliky na web, konverze na webu nebo instalace aplikací. Pro vytvoření této reklamy je zapotřebí rozměr obrázku nebo videa tzv. na výšku 9 : 16 nebo více (600 pixelů na šířku minimálně). Jde tak o první formát reklamy na Instagramu, který zabere celou obrazovku. Využít je možné jak fotografie, tak videa. Obrázek sice nesmí obsahovat texty, popisky nebo zprávy a ani proklik není ještě k dispozici, nicméně plánuje se do budoucna. A protože Insta Stories v tuto chvíli nenabízejí možnost aktivního prokliku, je dobré klást důraz na emoci a brand. Výhodou formátu je, že Stories jsou velmi prohlížené a doteď nebyly na této platformě uživatelé na reklamu zvyklí, proto nemusejí v prvních dnech ani chápat, že jde o reklamu. Dopad na povědomí značek tak může být velmi zajímavý.

Vzhledem ke specifikacím formátu je jasné, že daná reklama bude vhodným doplňkem pro brandové kampaně. Díky délce až 15 vteřin a plnému překrytí mobilní obrazovky se z této reklamy stane velmi dobrý doplněk televizních kampaní. Dá se také očekávat, že u kampaní na mladší cílové skupiny tento formát postupně televizní reklamu plně nahradí.