

Jak se vyznat v moři online formátů

Jiří Tošer, Tom Meiringer

9.10.25



Co vše je online



- Branding zpravodajského portálu
- Deskop nebo mobilní bannery
- Nativní reklama
- Textové PPC reklamy
- PR články a advertorialy
- Videoreklama u video obsahu na obsahových portálech
- YouTube na TV obrazovce, ale i v mobilu
- Reklama v mobilních hrách
- Responzivní obsahové reklamy
- Audioreklama
- Reklama v AI nástrojích
- Mailing, newsletter
- ..
- A mimo jiné také svět SOME

Co vše je online

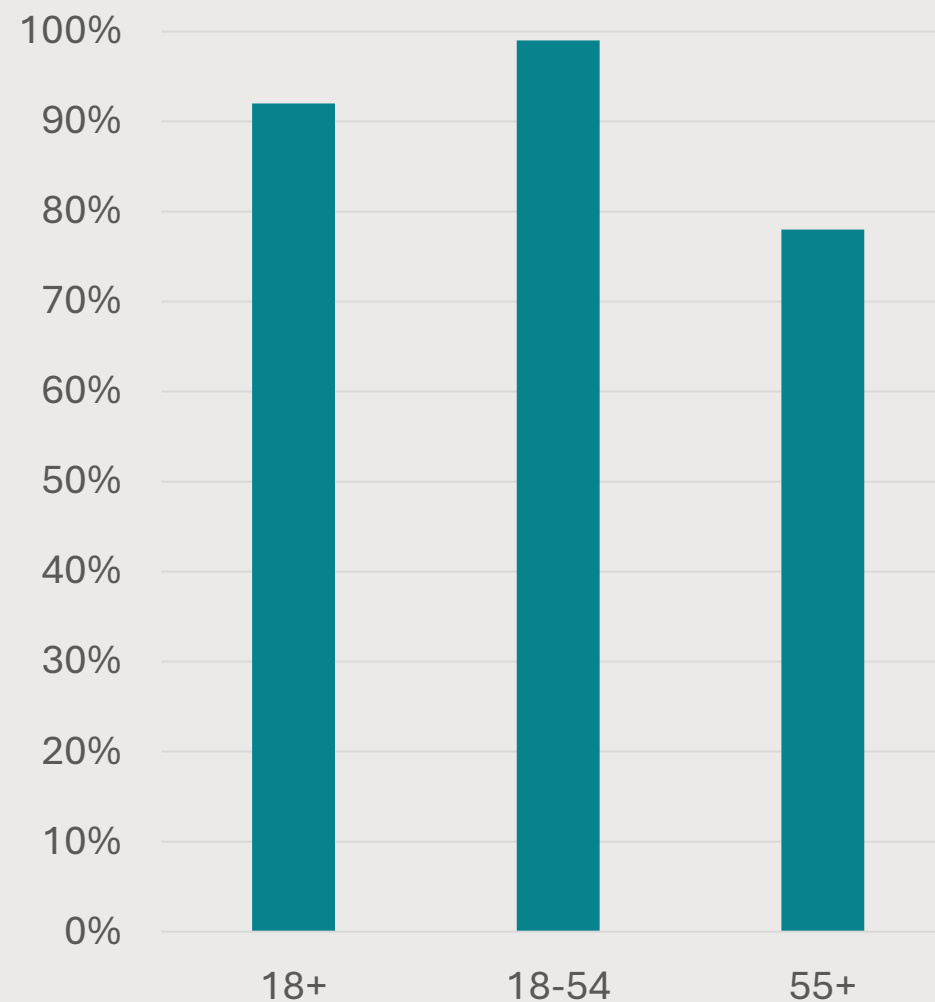


Online oslovuje téměř každého

Ale každého jiným formátem



Využívání internetu



Zadání online kampaně

Nestačí říct chci online kampaň

- **Co chci kampaní dosáhnout**
 - Informovat, přivést uživatele na web, konverze, ...
- **Koho chci oslovit**
 - Cílová skupina
- **Jakým způsobem chci cílit**
 - Cílení umístěním x cílení na „konkrétního“ uživatele
- **Jaký máme rozpočet**
 - Stanovení reálných cílů



Přímý x programatický nákup

Záleží na cílech a formátech

- **Pokud chcete informovat nebo vzdělávat je pro vás důležité**
 - Kontext
 - Brand safety
 - Garance
- **Pokud chcete prodávat je pro vás důležité**
 - Možnost průběžné optimalizace
 - Agresivní oslovení potenciálního zákazníka



Přímý x programatický nákup online reklamy

Každý má své výhody a tím i své místo

Přímý prodej

- Garance přesného umístění
- Lepší podmínky vizibility
- Předem garantovaná cena
- Garance splnění

Programatic

- Optimalizace v reálném čase
- Rychlost a flexibilita
- Někdy širší možnost cílení
- Aukční ceny

I SOME lze efektivně využít v rámci mediálních domů

- Spojení tématu s cílovou skupinou pak přináší silný dopad komunikovaného sdělení

Formát + Odkaz	Datum	Views	Dosah
IG post	12.09.2025	137 600	118 251





Plošný zákaz klíčových kategorií reklam v EU

TTPA Act

TTPA: Transparency and targeting of political advertising

- Nadstandartně reguluje určitou online reklamu pro největší platformy
- Týká se jen některých „gatekeeperů“ (ne všech VLOPs)
 - Týká se: **Meta, Google, TikTok**
 - Netýká se Seznamu
 - Není tak striktní vůči X (Twitter) – zde ale platí vlastní omezení platformy

TTPA: Transparency and targeting of political advertising

Main elements

- Political advertising must be clearly labelled as such and include information on who paid for it, to which election, referendum, legislative or regulatory process it is linked and whether targeting or ad-delivery techniques have been used.
- Additional information providing a wider context for the political advertisement, such as information on the aggregated amounts or their origin, is provided in the transparency notice that must be included in each political advertisement or be easily retrievable from it.
- Targeting or ad delivery of political advertising online is only permitted under strict conditions:
 - the data have to be collected from the data subject;
 - the data can be used only if the data subject has given explicit and separate consent for their use for political advertising;
 - the personal data of minors cannot be used;
 - special categories of personal data, such as data revealing racial or ethnic origin or political opinions, cannot be used for profiling;
 - the use of personal data pertaining to a data subject who is at least 1 year under the voting age established by national rules is prohibited.
- All online adverts will be available in an online European repository.
- A ban is imposed on political advertising coming from sponsors from outside the EU in the 3 months leading up to an election or referendum.

Zdroj: eur-lex.europa.eu

Již řešeno s předstihem.



Politická reklama musí být jasně označena jako taková a musí obsahovat informace o tom, kdo ji zaplatil,

Náročné na kontrolu a nejasné.

k jakým volbám, referendu, legislativnímu nebo regulačnímu procesu se vztahuje
a zda byly použity techniky cílení nebo doručování reklamy.

Další informace poskytující širší kontext politické reklamy – například údaje o celkových částkách nebo o jejich původu – musí být uvedeny v oznámení o transparentnosti, které musí být součástí každé politické reklamy, nebo musí být z ní snadno dostupné.

Náročné na implementaci, vysoké vstupní náklady.

Cílení nebo doručování politické reklamy online je povoleno pouze za přísných podmínek:

- údaje musí být získány od **samotného subjektu údajů**;
- údaje lze použít pouze tehdy, pokud **subjekt údajů dal výslovný a samostatný souhlas s jejich využitím pro politickou reklamu**;
- osobní údaje nezletilých nesmí být použity;
- zvláštní kategorie osobních údajů, jako jsou údaje odhalující rasový nebo etnický původ či politické názory, nesmí být použity pro profilování;
- je zakázáno využívat osobní údaje osob, které jsou alespoň o 1 rok mladší než volební věk stanovený vnitrostátními předpisy.

Pokuty

Za porušení může pokuta dosáhnout až **10% celosvětových tržeb.**

Za opakované porušení až **20% celosvětových tržeb.**



Sumarizace

Proti

- Mnoho povinností a změn
- Vysoké náklady na změny
- Vysoké náklady na provoz
- Vysoké riziko obrovských pokut
- Nemožnost tak velkého zásahu do cílení

Pro

- Share revenue segmentu na trhu EU

Plošný zákaz v EU

 Meta



Kategorie **politické reklamy**

Kategorie **sociální problematiky**







Kategorie **politické reklamy**

Rizika

- Neefektivní proces odvolání
 - Automatizovaná kontrola pomocí AI
- Blokace reklam
 - Do kategorie *social issues* často spadají reklamy neoprávněně
- Blokace reklamních účtů
 - Omezený počet, omezený spend
- Nemožnost naplnění smlouvy



Update on October 6, 2025 at 10am PT:

As of today, political, electoral and social issue adverts are no longer able to be delivered in the EU.

Praktické kroky

- Konzultovat obsah s agenturou předem
 - Neoznačovat a nejmenovat politiky
 - Vyhnout se klíčovým slovům pro kategorie
 - Volit formulace umožňující se odvolat
- Počítat s možností zdržení či nutností přepracovat obsah
- Možnost přesunu prostředků mezi položkami
- Záložní reklamní účet



Zdroje

- <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/political-advertising-in-eu/>
- <https://about.fb.com/news/2025/07/ending-political-electoral-and-social-issue-advertising-in-the-eu/>
- <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ekonomika-muskova-sit-x-se-vyhne-evropske-regulaci-jeji-vliv-v-eu-je-prilis-maly-259920>
- <https://www.facebook.com/business/help/214754279118974?id=288762101909005>
- <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/transparency-and-targeting-of-political-advertising.html>
- <https://transparency.meta.com/cs-cz/policies/ad-standards/siep-advertising/siep/>