Co je banner

Poslední aktualizace 28 dubna, 2025

V digitálním marketingu je banner grafický reklamní prvek, který se zobrazuje na webových stránkách nebo v aplikacích a slouží k upoutání pozornosti návštěvníka a motivaci k určité akci – typicky kliknutí, přechodu na cílovou stránku nebo nákupu.

Bannery jsou základním formátem display reklamy a mohou mít různé velikosti, formáty i účely.

Zpravidla obsahují kombinaci textu, obrázků, značky a výzvy k akci (CTA), ať už jde o statické bannery (např. .JPG, .PNG) nebo animované formáty (např. .GIF, HTML nebo dynamické bannery generované na základě dat).

Typy bannerů podle umístění

- **Leaderboard** (např. 728×90 px) – umístěný většinou v horní části stránky,
- **Skyscraper** (např. 160×600 px) – vertikální formát podél bočního sloupce,
- **Rectangle** (např. 300×250 px) – častý formát v textu článků nebo postranním panelu,
- **Billboard** (např. 970×250 px) – velký formát nad hlavním obsahem,
- **Mobile banner** – přizpůsobený formát pro mobilní zařízení.

Bannery jsou součástí širší strategie **display reklamy** a často se využívají v PPC kampaních v systémech jako Google Ads nebo Meta Ads.

Jejich cílem může být přímá konverze (např. nákup), budování značky nebo přesměrování uživatele na landing page.

Úspěšnost banneru se vyhodnocuje pomocí metrik jako:

- **CTR** – míra prokliků
- **Imprese** – počet zobrazení
- **Konverzní poměr** – kolik uživatelů provedlo požadovanou akci

Moderní bannery často využívají cílení na konkrétní publikum, remarketing a responzivní design, aby se správně zobrazovaly napříč zařízeními a situacemi.