



Tu hoja de referencia para el retargeting:

Lo que todo marketer debería saber

¿Quieres saber lo que es retargeting? Deja de buscar.



¿Qué es el retargeting?

El retargeting es una forma de publicidad que ayuda a las marcas a volver a atraer a los usuarios que abandonaron sus sitios web antes de efectuar una compra. A diferencia de los anuncios en banners, los anuncios de retargeting se presentan a personas que ya han pasado por tu sitio web. Como tecnología basada en píxeles, los anuncios de retargeting siguen a tu público en su trayectoria online para ofrecerles más tarde ofertas de productos personalizadas.



¿Cómo funciona?

En este tipo de retargeting, un diminuto código (o «píxel») coloca una cookie de navegador anónima y no identificable en cada visitante que pasa por tu sitio. Cuando aquellos mismos visitantes abandonan tu sitio o navegan por la web en un momento posterior, la tecnología de tu proveedor de retargeting decide qué anuncio mostrar a aquellos compradores basándose en sus comportamientos anteriores.



¿Por qué debería tenerlo en cuenta?

Hasta el 98% de los compradores abandonan tu sitio antes de realizar una compra. El retargeting es perfecto a la hora de generar conversiones de usuarios porque se centra en aquellos que han mostrado interés recientemente en determinados productos. La mayoría de responsables de marketing de retail constatan un alto ROI gracias al retargeting ya que centra su gasto publicitario en los consumidores de mayor engagement.



¿Con quién puedo hablar?

Un partner tecnológico con sofisticadas capacidades de machine learning puede potenciar los tipos de anuncios efectivos ultra-personalizados que convierten a más consumidores en compradores y que impulsan las ventas, todo ello a una escala inalcanzable para el ser humano. ¿Quieres hablar sobre cómo el retargeting puede ayudarte a lograr tus objetivos empresariales? Para empezar, envíanos un mensaje a info@criteo.com.