

Criteo Audience Match

Atrae a las audiencias más relevantes



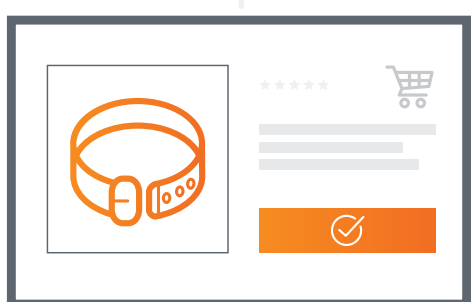
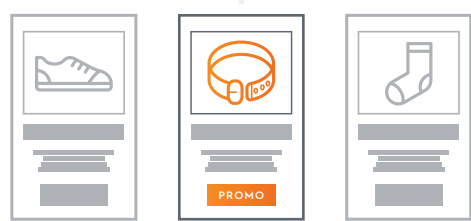
Este es Javier

¿Cómo interactúas con tus clientes actuales para fidelizarlos?

Gracias a Criteo Audience Match, puedes ofrecer anuncios relevantes y muy personalizados a audiencias que quizás no visitarían tu sitio web de nuevo. El re-engagement es una pieza clave para fidelizar a tu clientela y generar más beneficios. Por ello, para muchas empresas, los clientes habituales tienen una relevancia mucho mayor.

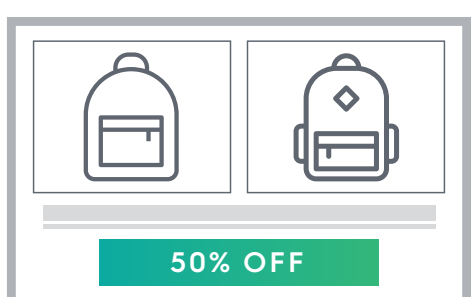
¿Pero cómo puedes asegurarte de que estás en contacto con ellos a lo largo de todo el proceso de compra? Los retailers deben reflexionar sobre cómo atraer audiencias offline a canales online, cómo mostrar los anuncios oportunos a las personas correctas en cada canal y valorar qué tipos de ofertas funcionan mejor.

A continuación, te contamos cómo Criteo Audience Match puede ayudarte a establecer el re-engagement en cada punto de contacto:



Campañas Store-to-Web

- Hace unos meses, Javier compró unos zapatos en una de tus tiendas, y al ir a pagar se registró en tu programa de fidelización y te dio su dirección de email. Le has enviado varios emails con algunas promociones. No obstante, eres consciente de que las bandejas de entrada reciben a diario cientos de correos promocionales y la tasa de apertura más alta no supera el 20%.
- Sea como sea, la realidad es que ya hace seis meses desde aquel contacto y aún no ha vuelto a comprar.
- Con Criteo Audience Match, puedes volver a atraer a Javier dirigiéndote a él a través de diferentes canales. Por ejemplo, dándole en la tienda un código de descuento para cuando realice una transacción online o promocionando online la apertura de una nueva tienda en su zona.
- Javier utiliza un código promocional exclusivo para compras online para comprar un cinturón en tu sitio web. Pasan unos cuantos meses más.
-



Campañas estacionales

- ¡Es Septiembre y comienza la campaña de la Vuelta al cole!
- Según la información de la que dispones de las otras compras de Javier y su historial de navegación, sabes que también compra ropa para sus hijos. Mediante un anuncio personalizado, puedes avanzar y mostrarle a Javier ofertas especiales de mochilas para la vuelta al cole.
- Hace clic y compra dos mochilas para la vuelta al cole de sus hijos.



Campañas de fidelización

- Ahora, es invierno. Javier es ya un cliente leal. ¿Cómo puedes mostrarle que valoras su lealtad?
- Con Criteo Audience Match, puedes segmentar a tu clientela en función del nivel de interacción que tienen con tu marca. Además de una campaña de email, puedes empezar a ofrecerle anuncios personalizados con recompensas por su lealtad.

Con Criteo Audience Match, las posibilidades son infinitas.

Y desde Criteo podemos ayudarte a planear las mejores campañas para volver a atraer a las audiencias más relevantes para ti.

¡Ponte en contacto con tu representante de Criteo hoy mismo para obtener más información sobre Criteo Audience Match!

criteo.