



CRITEO LANÇA SOLUÇÃO SPONSORED PRODUCTS NO BRASIL

Novidade é voltada às marcas de consumo e contribui para aumentar visibilidade no ambiente mobile

São Paulo, maio de 2017 – A [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), líder global de tecnologia especializada em publicidade digital e marketing de performance, acaba de lançar a solução Sponsored Products no Brasil. A novidade, que já estava disponível em países como Estados Unidos, Reino Unido, França e Alemanha, é voltada às marcas de consumo (eletroeletrônicos, brinquedos, CPG, etc) e vai permitir que os varejistas online guiem os consumidores em sua jornada de compra por meio de canais de anúncios pagos, assim como fazem o Google e a Amazon.

Com uma rede que inclui os principais sites de varejo do País, os anúncios serão mostrados dentro de um contexto relevante, no formato de publicidade nativa como recomendação. Por exemplo, se uma pessoa procura por novos fones de ouvido, ela provavelmente entrará num site de vendas usando essa palavra-chave ou fará a busca na seção de acessórios eletrônicos. A partir de ambas as situações, anúncios pagos por uma marca começarão a aparecer para o consumidor.

O modelo colabora, inclusive, para aumentar a visibilidade no ambiente mobile, principal meio de acesso à Internet entre os mais jovens. “Pense na diferença entre caminhar pelo corredor de uma loja de eletrônicos e olhar para a tela de um computador e principalmente de um smartphone. O campo de visão torna-se radicalmente menor. Na tela, quatro ou talvez cinco produtos podem ser vistos. Na loja, você vê uns cem. E ainda há a questão do impulso de compra e a capacidade de um vendedor de carne e osso recomendar produtos complementares”, comenta Fernando Tassinari, diretor da Criteo no Brasil.

Para os varejistas, a solução representa geração de receita extra com publicidade. Já as marcas conseguem ter um panorama mais amplo da jornada de compra do consumidor, com um relatório focado em ROAS ou retorno sobre investimento em anúncios. “Os anunciantes pagam por clique. Uma vez que esses cliques estão ligados à vendas reais, é possível saber com precisão quantos produtos foram vendidos”, explica Tassinari.

Sobre a Criteo

A Criteo (www.criteo.com) (NASDAQ: CRTO) é uma companhia líder global de tecnologia especializada em marketing de performance que trabalha com mais de 13 mil empresas de e-commerce e 17 mil publishers ao redor do mundo.

Com sede na França e presença em 31 cidades na Europa, Estados Unidos, América do Sul, Austrália e Ásia, sua tecnologia possibilita que seus clientes engajem e convertam seus clientes online, seja no desktop, laptop, tablet ou smartphone, entregando campanhas com anúncios do produto certo, para o usuário certo e na hora certa. Através de seus algoritmos proprietários preditivos, a Criteo planeja e veicula campanhas de performance em base no consumo de dados em tempo real.

Em 2015, a empresa registrou faturamento global de 1,192 bilhão de euros.