



Criteo lança Direct Bidder no Brasil

Solução maximiza a receita de publishers em torno de 20% e permite que os mesmos passem a receber o valor integral de seus inventários pela demanda da Criteo

São Paulo, junho de 2017 - A [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), líder global de tecnologia especializada em publicidade digital e marketing de performance, acaba de lançar no Brasil o Criteo Direct Bidder, uma tecnologia de *header bidding* que conecta diretamente o inventário dos *publishers* à extensa demanda da Criteo, atualmente com mais de 15 mil clientes em todo o mundo.

Para os *publishers*, a ferramenta representa maior transparência e possibilidade de maximizar o valor de seus inventários, elevando a receita numa média de 20%. Isso porque a solução permite receber lances em tempo real diretamente no site do *publisher*, o que torna possível compreender o preço de cada impressão e eliminar taxas de terceiros. Já os anunciantes se beneficiam de um acesso expandido ao inventário e maior eficiência de compra de mídia, o que contribui para melhorar o desempenho da campanha e aumentar o ROI.

"Ao possibilitar que os *publishers* se conectem diretamente à demanda da Criteo, estamos criando um ecossistema que funciona como um círculo virtuoso de oportunidades para todas as partes. Já conseguimos observar resultados claros e positivos para os primeiros usuários, bem como para os anunciantes. Com o aumento do desempenho e da eficiência, juntamente com a maior transparência, saímos todos ganhando: nossos *publishers*, nossos clientes e nós", explica Fernando Tassinari, diretor da Criteo no Brasil.

O Criteo Direct Bidder oferece uma solução integrada e simplificada aos *publishers* para maximizar a monetização de todo seu inventário, *display* e nativo, em todos os formatos (*desktop*, *mobile*), assim como impressões

bloqueadas por *ad blockers*, sem aumentar os CPMs médios da Criteo ou custos de aquisição de tráfego. Os anunciantes têm acesso ao inventário mais qualificado em todas as plataformas e formatos para obter o melhor desempenho possível.

Em todo o mundo, mais de 250 grandes *publishers* já migraram para o produto em sua fase inicial, como parte do programa *Early-adopter*. Entre eles, NewsCorp, The Telegraph e IDC.

Principais características do Criteo Direct Bidder

Aumento de receita para Display e Native: permite que os *publishers* eliminem as taxas de terceiros e recebam o valor total dos anúncios de *display* padrão e dos formatos nativos que a Criteo compra diretamente.

Velocidade em escala: conexão direta com a plataforma programática da Criteo, que conta com mais de 21 mil servidores próprios e oferece respostas rápidas para mais de 120 bilhões de solicitações diárias.

Monetização de usuários de ad blockers: rentabiliza eficientemente as impressões de anúncios bloqueados pelo uso de *ad blockers*.

Configuração flexível para maior receita: simplifica a integração no *adserver* do *publisher*, de forma a elevar a receita através da demanda dos mais de 15 mil anunciantes globais da Criteo.

Combinação de usuário em tempo real: combina diretamente os *cookies* dos usuários, inclusive de navegador Safari, resultando em uma média de receita 20% maior vinda da Criteo.

Integração flexível e transparente: opção de acessar a demanda exclusiva da Criteo por meio de um método de integração autônoma (*standalone*) ou de um *wrapper* de *header bidding* já existente, Index ou *Prebid*.

Para saber mais sobre Criteo Direct Bidder, visite:

<http://www.criteo.com/br/products/criteo-direct-bidder/>

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 15 mil anunciantes e 17 mil *publishers* ao redor do mundo.

Com sede na França, a Criteo tem mais de 2,5 mil funcionários em 31 escritórios na Europa, Estados Unidos, América do Sul, Austrália e Ásia. E sua tecnologia possibilita que seus anunciantes 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.