



RELÓGIOS DE PULSO SÃO OS ITENS MAIS BUSCADOS PARA O DIA DAS MÃES 2017

Acessórios de moda e pequenos aparelhos domésticos registraram aumento de vendas de 124% e 43%, respectivamente

São Paulo, maio de 2017 – Com a proximidade do Dia das Mães, a [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), líder global de tecnologia especializada em publicidade digital e marketing de performance, identificou algumas tendências no comércio eletrônico nacional.

De acordo com a empresa, os itens mais buscados para a data são os relógios de pulso, tanto os mais modernos que possuem até Bluetooth quanto os modelos vintage. As marcas mais procuradas são Cassio, Orient e Fossil.

Além disso, no dia 3 de maio, houve um salto na compra de acessórios de moda: um aumento de 124% em relação às duas semanas anteriores. A venda de pequenos aparelhos domésticos (como liquidificador, mixer, entre outros) teve um crescimento de 43% na mesma data.

“O Dia das Mães é uma das datas mais importantes para o comércio eletrônico nacional e é fundamental que os varejistas estejam preparados para lidar com essa demanda. É necessário traçar estratégias eficazes para manter o engajamento do consumidor, afinal, o concorrente está a apenas um clique de distância”, comenta Fernando Tassinari, diretor da Criteo no Brasil.

A análise foi feita com base no banco de dados do Criteo Sponsored Products, que conta com informações de vendas de alguns dos maiores varejistas do Brasil. Para determinar as tendências, foram avaliados os dados de buscas e compras referentes ao período entre 9 e 22 de abril, comparados ao período de 23 de abril a 6 de maio.

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.