

Criteo lança Commerce Max DSP, um conjunto de soluções de monetização para varejistas de última geração

Soluções de retail media para lidar com a fragmentação e impulsionar resultados comerciais em todo o ecossistema publicitário

12 de setembro de 2023 – [Criteo](#) (Nasdaq: CRTO), a empresa de commerce media, anunciou hoje a disponibilidade de sua plataforma self-service demand-side platform (DSP), [Commerce Max](#), oferecendo às marcas e agências um único ponto de entrada para o inventário de retail media Onsite e entre premium publishers Offsite. Como solução complementar ao Commerce Max, a Criteo também expande suas ofertas de monetização para varejistas, oferecendo meios para aproveitar a demanda anteriormente inatingível, abrindo caminho para a integração de tecnologias de monetização em marketplaces e nas lojas físicas.

A retail media tem se mostrado extremamente bem-sucedida para varejistas que buscam aumentar os fluxos de receita adicionais e para marcas e agências que buscam engajar ativamente os consumidores em um comportamento de compra. Até agora, no entanto, a fragmentação do ecossistema tem impedido varejistas, marcas e agências de atingirem o seu pleno potencial com a retail media.

“Nosso foco é permitir que todas as empresas commerce-driven possam impactar públicos engajados em compras. O processo deve ser simples e solucionar problemas de fragmentação”, destaca Megan Clarken, CEO da Criteo. “Com esse lançamento, trazemos aos nossos clientes as ferramentas certas para avançar e se conectar em um ecossistema de retail media que, em última análise, cria mais unidade em todo o mercado publicitário.”

Impulsionando o Commerce em escala

A Commerce Max entrou em testes de mercado em 2022 com o varejista líder de produtos eletrônicos, Best Buy, e a principal empresa de investimento em mídia do mundo, GroupM, como parceiro Alpha exclusivo. Durante este período de testes, a Commerce Max inscreveu 10 varejistas, incluindo Best Buy, Macy's e Shipt. Os varejistas que concluíram as campanhas mais do que dobraram as taxas de conversão, em média, ao veicular publicidade Onsite e Offsite por meio da plataforma.

Elogios da indústria para Commerce Max

“Com a Criteo, temos agora um ponto de entrada para uma importante rede de retail media, tudo dentro de uma única plataforma – Commerce Max – que aplica os mesmos KPIs a retail media que usamos para nossas compras programáticas”, disse Billy Dyer, Club Team Shopper Marketing Lead na Unilever após outro teste bem-sucedido com GroupM e Unilever, no qual a taxa de conversão da marca aumentou mais de 400%. “Combinar a segmentação Onsite and Offsite nos permite concentrar os gastos com mídia em uma parte mais ampla do funil de compra, ao mesmo tempo em que encontramos o mais adequado público onde quer que ele esteja.”

“A Shipt é conhecida por ter uma comunidade única de membros leais à nossa plataforma e, quando combinada com os produtos Onsite and Offsite da Criteo e os recursos de personalização aprimorados em nossa oferta de funil completo, os anunciantes descobriram

que isso gera um retorno cada vez maior para seus gastos com anúncios”, disse David Young, VP, CPG Partnerships da Shipt.

“Estamos entusiasmados por estar na vanguarda do lançamento da plataforma Commerce Max, começando com sua fase inicial de testes e agora com sua disponibilidade geral”, disse Mark Heitke, Director of Ad Products and Audience Strategy da Best Buy Ads. “A plataforma oferece uma variedade de recursos Onsite and Offsite, dando aos nossos parceiros de marca ainda mais opções para alcançar nosso público de maneiras significativas.”

Agora com disponibilidade geral, marcas e agências em todo o mundo podem usar a Commerce Max para acessar dados e inventário em varejistas e marketplaces, encontrando públicos valiosos nesses sites e estendendo-os para Offsite. Isto é sustentado pela medição "closed-loop", permitindo que os anunciantes determinem de forma rápida e eficiente a eficácia das campanhas e otimizem adequadamente.

A Criteo é líder e uma das primeiras a trazer padrões de mensuração digital para a retail media com a Commerce Max. A parceria da Criteo com a Integral Ad Science permite que marcas e agências mensurem a visibilidade e o tráfego inválido no site de um varejista em todos os formatos de anúncios, incluindo produtos nativos e patrocinados, até 2024.

Uma abordagem unificada para varejistas

O segundo componente do lançamento de hoje é o lançamento do conjunto de soluções de monetização para varejistas da Criteo. Este pacote marca a próxima fase no desenvolvimento da principal tecnologia de monetização da Criteo, Commerce Yield, que não apenas fornecerá aos varejistas e marketplaces um conjunto completo de ferramentas de mídia, mas também atenderá empresas de outros segmentos, como montadoras, cinemas, serviços de transporte, companhias aéreas e mais.

Commerce Yield combina a antiga Retail Media Platform da Criteo com diversas novas soluções derivadas de recentes aquisições estratégicas, incluindo:

- Commerce Yield Marketplace: Através da aquisição estratégica da Mabaya pela Criteo, o Commerce Yield Marketplace ajudará os responsáveis pela monetização a integrar táticas e formatos de marketplace.
- Commerce Yield In-Store: A poderosa união da Brandcrush e da tecnologia de monetização in-store da Criteo, proporcionando aos anunciantes acesso a uma gama mais ampla de inventário offline.
- Commerce Yield Insights: Anteriormente chamado de Gradient, um conjunto avançado de insights e ferramentas de dados que fornece informações de prateleira digital para apoiar compras de retail media em escala em diferentes varejistas.

A equipe de liderança da Criteo revelará mais detalhes durante um evento realizado hoje, 12 de setembro, às 12h - EST. Para assistir à transmissão, [clique aqui](#).

###

Sobre a Criteo

[Criteo](#) (NASDAQ: CRTO) é a empresa global de commerce media que permite que profissionais de marketing e proprietários de mídia obtenham melhores resultados comerciais. Sua Commerce Media Platform líder do setor, conecta milhares de profissionais de marketing e proprietários de mídia para oferecer experiências mais ricas ao consumidor, desde a descoberta do produto até a compra. Ao promover uma publicidade confiável e impactante, a Criteo apoia uma Internet aberta que incentiva a descoberta, a inovação e a escolha. Para mais informações, visite www.criteo.com

Divulgação de declarações prospectivas

Este comunicado à imprensa contém declarações prospectivas, incluindo nossas expectativas em relação às nossas oportunidades de mercado e perspectivas de crescimento futuro e outras declarações que não são fatos históricos e envolvem riscos e incertezas que podem fazer com que os resultados reais sejam materialmente diferentes. Os fatores que podem causar ou contribuir para tais diferenças incluem, mas não estão limitados a: falhas relacionadas à nossa tecnologia e à nossa capacidade de inovar e responder às mudanças na tecnologia, incerteza quanto à nossa capacidade de acessar um fornecimento consistente de inventário de publicidade gráfica na internet e expandir acesso a esse inventário, incluindo, sem limitação, incerteza quanto ao momento e ao escopo das alterações propostas e melhorias do navegador Chrome anunciadas pelo Google, investimentos em novas oportunidades de negócios e o momento desses investimentos, se os benefícios projetados das aquisições se materializarão conforme esperado, incluindo a integração bem sucedida das nossas aquisições da IPONWEB e da Brandcrush, incerteza em relação ao crescimento e expansão internacional (incluindo as relacionadas com mudanças nas condições políticas ou econômicas de um país ou região específica), o impacto da concorrência, incerteza em relação a desenvolvimentos legislativos, regulamentares ou autorreguladores no que diz respeito a questões de privacidade de dados e ao impacto dos esforços de outros participantes da nossa indústria para cumpri-las, ao impacto da resistência do consumidor à coleta e partilha de dados, à nossa capacidade de acessar aos dados através de terceiros, à incapacidade de melhorar a nossa marca de forma rentável, taxas de crescimento recentes não sendo indicativas de crescimento futuro, nossa capacidade de gerenciar o crescimento, possíveis flutuações nos resultados operacionais, nossa capacidade de aumentar nossa base de clientes e o impacto financeiro da maximização da Contribuição ex-TAC, bem como riscos relacionados a oportunidades futuras e planos, incluindo a incerteza do desempenho e resultados financeiros futuros esperados e os riscos detalhados de tempos em tempos sob o título “Fatores de Risco” e em outros lugares nos arquivos e relatórios da Empresa na SEC, incluindo o Relatório Anual da Empresa no Formulário 10-K arquivado na SEC em 24 de fevereiro de 2023, e nos relatórios trimestrais subsequentes no Formulário 10-Q, bem como em futuros arquivamentos e relatórios da Empresa. É importante ressaltar que, neste momento, as condições macroeconômicas, incluindo a inflação e o aumento das taxas de juros nos EUA, impactaram os negócios, a situação financeira, o fluxo de caixa e os resultados das operações da Criteo.

Exceto conforme exigido por lei, a Empresa não assume nenhum dever ou obrigação de atualizar quaisquer declarações prospectivas contidas neste comunicado como resultado de novas informações, eventos futuros, mudanças nas expectativas ou de outra forma.