

Flipkart e Criteo impulsionam engajamento de marca bem-sucedido da Motorola na Índia

~Criteo Retail Media Offsite e Flipkart Ads ajudam Motorola a implementar estratégia de marketing full-funnel direcionada a audiências com alta intenção de compra

Índia – 6 de agosto de 2025 – [Criteo](#) (Nasdaq: CRTO), a plataforma global que conecta o ecossistema de comércio anunciou o sucesso de sua colaboração com a Flipkart para alavancar a visibilidade da marca Motorola na Índia, consolidando uma forte presença na categoria de smartphones de baixo custo. Ao longo de 13 meses, a Criteo implementou sua solução Retail Media Offsite em parceria com a Flipkart Ads, também conhecida como Product Performance Ads, para veicular anúncios display segmentados fora da plataforma Flipkart. Essa abordagem offsite resultou em um aumento notável no reconhecimento da marca Motorola, impulsionando um crescimento de 18% em Share of Voice (SOV) nas visualizações de páginas de produtos e contribuindo para um aumento nas buscas gerais por smartphones Motorola.

As campanhas alcançaram **110 milhões de usuários únicos** e obtiveram uma forte **taxa de engajamento de 34%**, gerando mais de **1,1 bilhão de impressões de anúncios**. Esses resultados reforçam a eficácia da publicidade orientada por dados e focada em performance para engajar os consumidores com mensagens relevantes em diversos pontos de contato digitais, redirecionando com sucesso os consumidores ao site e app da Flipkart.

Ao utilizar data analytics, a Criteo e a Flipkart permitiram à Motorola alcançar audiências que buscavam ativamente produtos similares, resultando em estratégias de marketing full-funnel (funil completo), que iam além da plataforma Flipkart. Além disso, as ferramentas avançadas de segmentação de audiências da Criteo, em conjunto com o data analytics da Flipkart, desempenharam um papel crucial no aumento das conversões e na melhoria da experiência geral do consumidor.

A abordagem dinâmica não só garantiu que a mensagem da Motorola atingissem **um máximo de 86%** das audiências relevantes, como também melhorou significativamente a eficiência da campanha, demonstrando o poder da personalização e do data analytics no marketing digital de hoje.

Ao comentar sobre a colaboração, **Shivam Ranjan, Head de Marketing da Motorola na região APAC**, afirmou: *“Nossa colaboração estratégica com a Flipkart Ads e a Criteo tem sido uma iniciativa importante para a Motorola no competitivo mercado de smartphones da Índia. Ao utilizarmos os recursos avançados de retail media da Criteo e o robusto data analytics da Flipkart, não apenas aumentamos a visibilidade da nossa marca e a participação nas principais categorias de produtos, como também estabelecemos uma conexão mais forte e direta com mais de 110 milhões de consumidores com alta intenção de compra. Esse sucesso valida nosso compromisso com o marketing inovador e orientado por dados, que realmente ressoa com nossa audiência e impulsiona um crescimento tangível dos negócios.”*

Ao falar sobre a colaboração, **Vijay Iyer, vice-presidente e gerente geral da Flipkart Ads**, disse: *“Na Flipkart Ads, nosso foco é capacitar as marcas a impulsionar o crescimento por meio de soluções avançadas de publicidade. Ao utilizar audience intelligence, sinais comportamentais regionais e dados de performance em tempo real, a Flipkart Ads permite que as marcas testem sortimentos localizados e identifiquem microtendências. Isso permite que elas desenvolvam estratégias para alcançar clientes de maneira eficaz e impulsionar o crescimento dos negócios. Nossa colaboração com a Criteo demonstra o impacto de combinar os insights de publicidade da Flipkart com veiculação programática offsite. Através da plataforma Product Performance Ads (PPA), ajudamos a Motorola a expandir o alcance, aprofundar o engajamento e gerar resultados mensuráveis, ativando audiências com alta intenção de compra na internet aberta e reengajando-as na plataforma. Essa campanha reflete a força de nossa abordagem orientada por dados, recursos robustos de segmentação de audiências e mensuração de circuito fechado para entregar resultados superiores.”*

Medhavi Singh, Country Head, Criteo Índia, acrescentou: *“Com a expansão contínua dos setores de varejo e e-commerce na Índia, a competição para atrair a atenção do consumidor tornou-se mais acirrada do que nunca. O desafio para as marcas hoje não é apenas promover awareness (reconhecimento), mas sim manter-se relevante e presente na mente do consumidor em um espaço digital cada vez mais saturado. Na Criteo, capacitamos as marcas a se destacarem em meio à concorrência, alcançando a audiência certa, no momento certo, na plataforma certa. Nossa profunda integração com varejistas parceiros nos permite utilizar commerce intelligence em tempo real e insights acionáveis, possibilitando a entrega de marketing altamente personalizado e orientado por dados, o que aumenta a visibilidade, impulsiona o engajamento e gera resultados mensuráveis em toda a jornada de compra.”*

O sucesso da campanha da Motorola destaca a crescente importância da retail media para ajudar marcas e varejistas a implementar uma estratégia de marketing full-funnel. Com sua plataforma de retail media de ponta a ponta, a Criteo permite que as marcas se conectem com os consumidores em todos os pontos do funil (onsite e offsite), possibilitando impacto mensurável, maior visibilidade e segmentação de audiências superior em um cenário de comércio digital em rápida evolução.

Sobre a Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) é a plataforma global que conecta o ecossistema de comércio para marcas, agências, varejistas e media owners. Sua plataforma de publicidade com IA tem acesso exclusivo a mais de US\$ 1 trilhão em vendas comerciais anuais, impulsionando conexões com consumidores, inspirando descobertas e possibilitando experiências altamente personalizadas. Com milhares de clientes e parcerias que abrangem desde o varejo global até o comércio digital, a Criteo oferece a tecnologia, as ferramentas e os insights que as empresas precisam para gerar performance e crescimento.

Para mais informações, visite criteo.com/br/.

Sobre o Flipkart Group

O Flipkart Group é uma das principais entidades de comércio digital da Índia e inclui as empresas Flipkart, Myntra, Flipkart Wholesale, Cleartrip e super.money.



Fundada em 2007, a Flipkart possibilitou que milhões de vendedores, comerciantes e pequenas empresas participassem da revolução do comércio digital na Índia. Com uma base de usuários cadastrados de mais de 500 milhões, o marketplace da Flipkart oferece mais de 150 milhões de produtos em mais de 80 categorias. Hoje, existem mais de 1,4 milhão de vendedores na plataforma, incluindo os vendedores da Shopsy. Com foco em empoderar e encantar todos os indianos, oferecendo valor por meio de tecnologia e inovação, a Flipkart criou milhares de empregos no ecossistema, ao mesmo tempo que capacita gerações de empreendedores e micro, pequenas e médias empresas. A Flipkart foi pioneira em serviços como pagamento na entrega, parcelamento sem juros, devoluções fáceis e UPI (Interface Unificada de Pagamentos). Essas inovações centradas no cliente visam otimizar as ofertas de pagamento digital para todos os consumidores, tornando as compras online mais acessíveis e econômicas para milhões de indianos.

Contatos de mídia

Flipkart - media@flipkart.com

Criteo: Natasha Gerald -
n.gerald@criteo.com

Burson: Karishma Chopra -
Karishma.chopra@genesis-bcw.com