



Criteo präsentiert auf der dmexco 2017 Commerce Marketing Lösungen für Händler und Marken

München, 03. August 2017 – Für [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), das Technologieunternehmen für Commerce Marketing, stehen Lösungen und Trends rund um das [gestern angekündigte Commerce Marketing Ecosystem](#) im Fokus der dmexco 2017. In Halle 8, Stand A059-B058, erhalten Messebesucher Einblicke, wie Criteo ein Netzwerk aus Händlern, Markenherstellern, Publishern und Partnern schafft, um für Händler wie Brands zusätzliche Abverkäufe und Umsätze zu generieren. Dabei werden Entwicklungen im Cross-Channel- und Omni-Channel-Marketing ebenso beleuchtet wie der aktuelle Stand des kürzlich in Deutschland gelaunchten Produkts „Criteo Sponsored Products“.

„Age of Transformation“ ist nicht nur das Motto der diesjährigen dmexco, sondern kennzeichnet auch den Messeauftritt von Criteo. Das Unternehmen, bislang als weltweite Nummer 1 im Retargeting bekannt, wandelt sich zu einer Multi-Product-Company. Als führendes Commerce Marketing Unternehmen stehen für Criteo nun Lösungen im Vordergrund, mit denen nicht nur Händler, sondern auch Markenhersteller zusätzliche Abverkäufe und Umsätze erzielen können. Ziel ist es weiterhin, messbare und skalierbare Performance zu liefern. Dafür werden Käufer mit den Marken und Produkten zusammengebracht, die sie brauchen und lieben. Das Criteo Commerce Marketing Ecosystem steht im Zentrum von Criteos Messeauftritt.

Ein weiteres wesentliches Thema ist das kürzlich in Deutschland gestartete Produkt „Criteo Sponsored Products“. Kern sind Native Product Ads, die auf den Webseiten der weltgrößten Online-Shops angezeigt werden. Markenhersteller sprechen mit diesen, im Content der Händlerseiten eingebundenen Werbeflächen, Nutzer an, die sich gerade im Kaufprozess befinden. So werden diese auf die beworbenen Produkte aufmerksam, was mehr Traffic auf die Produkte leitet, zusätzliche Sales generiert und diese entsprechend attribuiert. Händler wiederum profitieren von zusätzlichen Budgets für die Werbeauspielungen auf ihren Seiten. Darüber hinaus erhöhen sich die Konversionsraten, da die Nutzer nach dem Klick auf eine Ad auf dem jeweiligen Shop bleiben.

Schließlich sind die Möglichkeiten und Entwicklungen einer kanalübergreifenden Kundenansprache eines der wesentlichen Themen für die dmexco 2017. Stand 2016 noch Cross-Device-Marketing im Fokus, weitet sich der Blick inzwischen auf Cross-Channel-Marketing, insbesondere auf die Möglichkeiten, Online und Offline in Zukunft zu integrieren.

„Spätestens seit der der Übernahme von Whole Foods durch Amazon ist klar, wie dringend der Handlungsbedarf für Retailer ist. Sie müssen intelligente Lösungen finden, mit denen sie Daten kanalübergreifend nutzen können. Nur so bestehen sie auf Dauer gegen den US-Giganten.“



Handeln Retailer alleine, wird das jedoch sehr schwer, weshalb Händler bereit sein sollten, Veränderungen zu wagen und Allianzen einzugehen“, sagt Alexander Gösswein, Managing Director Central Europe, Criteo. „Mit unserer neuen Lösung ‚Criteo Sponsored Products‘ wollen wir im Werbebereich einen Teil dazu beitragen, dass Händler kollaborieren, ihren Datenschatz monetarisieren und für Markenhersteller werblich nutzbar machen“

##

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist eines der führenden Unternehmen im Commerce Marketing, das sich zum Ziel gesetzt hat, ein offenes und das leistungsstärkste Commerce Marketing Ecosystem zu schaffen, das sowohl Händlern als auch Markenherstellern zusätzliche Abverkäufe und Umsätze bringt. Über 2.700 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit weltweit 16.000 Kunden sowie tausenden Publishern zusammen. Unser Ziel ist es, messbare und skalierbare Performance zu liefern, indem wir Käufer mit den Dingen zusammenbringen, die sie brauchen und lieben. Das Criteo Commerce Ecosystem ist auf den Handel ausgerichtet, \$550 Milliarden Handelsumsätze werden pro Jahr über das Criteo Ecosystem verzeichnet.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing

Senior PR Manager Central Europe, Eastern Europe, MEA

f.herzing@criteo.com

+49-89-189285-159

PR-Agentur:

HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom

Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru

martin_stummer@hbi.de / andrej_kornienko@hbi.de / duygu_duru@hbi.de

+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44