

# So erreicht ihr die richtige Zielgruppe in der *Weihnachtssaison 2020*

## Der richtige Einstieg in euer Weihnachtsmarketing: Criteos Zielgruppen-Targeting

Um euer Budget für die Weihnachtssaison effizient einzusetzen, müsst ihr zunächst die Zielgruppen ansprechen, die eure Produkte oder Services am ehesten kaufen werden.

Criteo bietet drei Optionen für die Ansprache der richtigen Zielgruppe, sodass ihr euer Budget nur für Werbung ausgeben, die auch tatsächlich interessierte Käufer erreicht. Ihr könnt eure Zielgruppen mit euren eigenen First-Party-Daten oder mit den aggregierten Zielgruppen von Criteo basierend auf unseren exklusiven Daten zum Kaufinteresse zusammenstellen.

### *Commerce Audiences*

**Steigert das Interesse neuer Zielgruppen, die nach Produkten wie euren stöbern, und gewinnt so neue Kunden!**

**So funktioniert es:** Ihr sprecht neue Kunden für euer Unternehmen an, die aktuell online shoppen. Ihr könnt eure Zielgruppe über eine Kombination der folgenden Targeting-Optionen aufbauen:

- über 1.000 Produktkategorien
- über 1.000 Brands
- Kaufkraft & Produkttyp

### *Similar Audiences*

**Steigert das Interesse von neuen Zielgruppen, die euren besten Kunden ähneln, und gewinnt so neue Käufer!**

**So funktioniert es:** Ihr sprecht neue Zielgruppen an, die sich so verhalten, wie eure App-Nutzer bzw. Kunden eurer E-Commerce-Website. Über die Lookalike AI von Criteo erreicht ihr Online-Käufer, die das gleiche Surf- und Kaufverhalten an den Tag legen wie eure bestehenden Kunden.

### *Contact Lists*

**Sprecht eure Kunden erneut an und steigert so eures Sales – online, in der App und im stationären Handel!**

**So funktioniert es:** Über diesen Zielgruppentyp sprecht ihr gezielt eure bestehenden Online- und Offline-Kunden an und nutzt dabei eure First-Party-Daten: Daten aus dem Web und eurer App, Offline-Daten (zum Beispiel CRM oder Transaktionsdaten aus dem stationären Handel) oder Datensegmente von Drittanbietern, zum Beispiel von eurer Datenmanagement- (DMP) oder Kundendaten-Plattform (CDP).



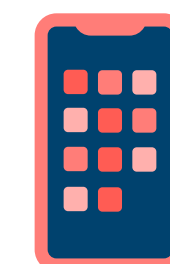
## Omnichannel

**Die Sales von euren Kunden im stationären Handel steigern.**

**So funktioniert es: Contact Lists** erlauben euch, eure Offline-Käufer über eure E-Mail-Liste oder eure CRM-Daten gezielt anzusprechen.

An Orten, an denen eure Geschäfte im stationären Handel geschlossen bleiben müssen oder an denen Menschen sich beim Einkaufen im stationären Handel noch nicht sicher fühlen, solltet ihr eure Käufer aus dem Geschäft in euren Onlineshop locken. Einige dieser Kunden kaufen vielleicht zum ersten Mal bei euch auch online ein.

Um auch eure Ladengeschäfte im Gespräch zu halten, ... darüber informieren, welche Aktionen sie im Geschäft erwarten, wie ihr beim Einkauf für ihre Sicherheit sorgt oder dass sie dort ihre bestellten Waren abholen können.



## App-Marketing

**Holt mehr Käufer in eure App.**

**So funktioniert es:** Wenn ihr eine App-Install-Kampagne mit Criteo durchführt, nutzen wir unsere Daten zum Kaufinteresse, um die mobilen Nutzer zu identifizieren, bei denen die Wahrscheinlichkeit besonders hoch ist, dass sie eure App nicht nur herunterladen, sondern auch aktiv zum Kauf nutzen.

Ihr sprecht Konsumenten an, die neu in eurer App sind, Produkte und Unternehmen wie eure mögen und sich verhalten wie eure besten App-Nutzer.

### Das unterscheidet Criteo von anderen Anbietern: Unsere Daten zum Kaufinteresse

Criteo nutzt das tatsächliche Einkaufsverhalten (anstatt Spekulationen dazu), um euch dabei zu helfen, bessere Werbeerlebnisse in großem Maßstab zu schaffen. Der Criteo Shopper Graph besteht aus den in Echtzeit erfassten Daten zum Surf- und Kaufverhalten - und nicht nur aus Suchanfragen und Likes - von 75 Prozent der weltweiten Internetnutzer. Dazu gehören:

**> 2,4 Milliarden** aktive Online-Käufer

**>35 Mrd.** Kaufevents, die auf Websites bzw. in Apps erfasst werden

**900 Milliarden USD** jährlicher Gesamtwert der erfassten E-Commerce-Transaktionen (dreimal mehr als Amazon)

**>120** Signale zum Kaufinteresse pro Käufer

### Der niederländische Retailer HEMA erreicht neue Zielgruppen in großem Maßstab – dank Similar Audiences

<b>Über 4 Millionen</b> Konsumenten erreicht	<b>30 %</b> des Traffics stammt von neuen und ehemaligen Kunden	<b>0,13 €</b> Kosten pro Website-Besuch
--	---	---

„Criteo hat HEMA dabei unterstützt, kontinuierlich neuen Traffic auf unsere Website zu holen, und zwar zu einem niedrigen Cost per Visit und mit hoher Qualität. Angesichts dieser Ergebnisse planen wir, auch in unseren zukünftigen Kampagnen mit Criteo zusammenzuarbeiten. Wir hoffen, so noch mehr neue Kunden und qualifizierteren Traffic in unseren Onlineshop zu holen.“

–Daniel Franco, Manager of Media Channels, HEMA

Jetzt loslegen – auf [criteo.com/de/](https://criteo.com/de/)

