



Criteo: Neue Demand-Side Plattform bringt Händler Audiences ins offene Internet

Best Buy und GroupM haben die neue Commerce Max Lösung von Criteo erfolgreich am Markt getestet

München, 20. September 2022 - [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), das Commerce Media Unternehmen, startet mit Commerce Max seine Self-Service Demand-Side Plattform (DSP) für Enterprise Marketer. Die neue Plattform ist auf Skalierung ausgelegt und vereint die Retail Media sowie Programmatic Advertising Technologie von Criteo.

Mithilfe von Commerce Max sind Marken und Agenturen nicht nur in der Lage, wertvolle Zielgruppen auf Händlerseiten zu identifizieren und sie dort mit Sponsored Ads sowie Display Ads zu erreichen. Sie können diese Zielgruppen auch außerhalb der Website über das offene Internet hinweg ansprechen – ein großer Vorteil gegenüber allen anderen Demand Side Plattformen. Dank dem Zugang zu mehr als vier Milliarden Produkteinheiten (SKUs), einem Netzwerk von Tausenden Media-Publishern und Partnerschaften mit 150 Händlern haben Marketer nun Gelegenheit, durch Zugriff auf die Optimierungs-Modelle von Criteo Commerce Performance zu schaffen und zu steigern.

Hinter den einzigartigen Audiences steckt die prädiktive Künstliche Intelligenz (KI) von Criteo, durch die der beste Weg hin zur Conversion identifiziert wird und so zu besseren Werbeergebnissen führt. Commerce Max stellt Marketern außerdem die notwendigen Daten zur Verfügung, um zu verstehen, was funktioniert und warum und wie eine Kampagne erfolgreich ist. Dies geschieht nahezu in Echtzeit, durch ein einheitliches Reporting und Closed-Loop-Measurement, einschließlich der Attribution von Umsätzen auf Produktebene.

Im ersten Halbjahr 2022 hat Commerce Max die Alpha-Phase mit zwei wichtigen Criteo-Kunden durchlaufen: dem führenden US-Einzelhändler für Unterhaltungselektronik, Best Buy, und der weltweit größten Media-Agenturgruppe, GroupM.

Keith Bryan, SVP, President, Best Buy Ads, Media, & CRM, Best Buy sagt dazu: „Durch die Partnerschaft mit Criteo hat Best Buy beeindruckende Ergebnisse erzielt. Um im Retail Media Markt führend zu sein und unser Angebot erweitern zu können, war das Testen der Commerce Max-Lösung ein selbstverständlicher nächster Schritt für uns.“

Bei diesem Markttest wurde eine Off-Site-Werbekampagne durchgeführt, die First-Party-Daten nutzte, um die Zielgruppen von Best Buy über das offene Internet gezielt zu erreichen und messbare Käufe von Produkten auf der Best Buy-Website zu bewirken.

Neben Commerce Max hat Criteo durch die Übernahme von IPONWEB auch die Entwicklung der anderen Lösungen seiner [Commerce Media Plattform](#) Suite vorangetrieben. Diese werden auf dem Investorentag von Criteo am 31. Oktober vorgestellt.

„Seit Jahren vertrauen Unternehmen auf der ganzen Welt auf unsere Plattform-Technologie, um das Potenzial von Commerce Media zu nutzen und Umsätze zu generieren“, sagt Brian Gleason, Chief Revenue Officer bei Criteo. „Mit der kürzlichen Übernahme von IPONWEB sind wir nun in der Lage, eine einheitliche, KI-gestützte Plattform anzubieten, die unseren Kunden wie Best Buy und GroupM hilft, wirkungsvolle, messbare Mediakampagnen in größtmöglichem Umfang durchzuführen.“

Commerce Max ist in begrenztem Umfang verfügbar und wird voraussichtlich im Jahr 2023 in ausgewählten Kernmärkten eingeführt.

Bildmaterial:

[Commerce Max-Plattform](#)

[Brian Gleason, Global Chief Revenue Officer bei Criteo](#) (Bildnachweis: Criteo)

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist das globale Technologieunternehmen mit der weltweit führenden Commerce Media Plattform. 2.900 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit rund 22.000 Marketern und tausenden Publishern zusammen, um den weltweit größten Bestand an Commerce-Daten zu aktivieren und mit ihm bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen. Mit seinem Angebot für vertrauensvolles und effektives Advertising bereichert Criteo die Online-Erfahrungen jedes Konsumenten und fördert gleichzeitig ein faires, offenes Internet, das Entdecken, Innovation und Wahlfreiheit ermöglicht. Mehr Informationen unter www.criteo.com/de.

Pressekontakt Criteo:

Florian Herzing
Director PR EMEA
f.herzing@criteo.com
+49 89 143770366

PR-Agentur:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
criteo@frauwenk.de
+49 40 329047380