



Criteo Direct Bidder conecta el inventario de los publishers con la demanda de Criteo

La innovación de Criteo de header bidding maximiza los ingresos para todos: los publishers conservan el valor completo de su inventario y los anunciantes se beneficiarán de un mayor rendimiento

Madrid, 23 de mayo de 2017.– [Criteo](#) S.A (NASDAQ: CRTO), la empresa de tecnología de marketing de resultados, ha presentado hoy Criteo Direct Bidder, la tecnología de header bidding que conecta directamente el inventario web de los publishers con la demanda de los más de 15.000 clientes de Criteo en todo el mundo. Esta solución garantiza que los publishers conserven el valor completo de las impresiones que Criteo compra, mientras que Criteo continúa impulsando ventas rentables para los anunciantes. Criteo ya ha migrado sus más de 250 principales publishers premium a Criteo Direct Bidder como parte del programa de adopción temprana.

Las soluciones de header bidding, inicialmente concebidas para simplificar las ofertas para el inventario de publishers, todavía no presentan un escenario beneficioso para los anunciantes y publishers. Criteo Direct Bidder conecta directamente el inventario del publisher con la demanda de Criteo en un ecosistema que funciona como un virtuoso ciclo de oportunidades para cualquiera de las partes. Los publishers generan mayores ingresos y beneficios de una mayor transparencia, resolución de problemas de tiempos de espera, eliminación de tarifas de terceros e integración flexible. El ciclo virtuoso se extiende a los clientes publicitarios de Criteo, ya que el acceso ampliado al inventario y las eficiencias de compra de los medios les permiten obtener un mayor rendimiento de la campaña y el ROI.

“Criteo fue pionero en *header bidding* y ahora lanza un producto que aumenta aún más el valor tanto para publishers como para anunciantes”, ha afirmado Elsa Bahamonde, Managing Director de Criteo España y Portugal. “A medida que adaptamos nuestra compra a esta nueva solución, esperamos que nuestros clientes realicen campañas de mayor rendimiento a partir de las soluciones de compra eficiente de medios. Hemos obtenido un incremento de los ingresos de los publishers de un promedio de 20-40% en las compras de anuncios de Criteo, suponiendo también un mayor valor para los anunciantes. Criteo Direct Bidder no deja de plantear nuevas ventajas para nuestros publishers, nuestros clientes y para nosotros”.

“Felicitamos a Criteo, una de las primeras compañías en utilizar las tecnologías de *header*, por seguir evolucionando para cumplir con las mejores prácticas de la industria en términos de *header bidding*”, afirma Stephanie Layser, Directora de Publicidad Tecnológica de News Corp. “Este desarrollo permite que los publishers recuperen el control sobre su *tecnología*, aumentando la competencia entre las fuentes de demanda y optimizando el rendimiento de manera efectiva”.

“Nuestro objetivo es crear una subasta unificada en toda la demanda y el concepto de *header bidding* nos ayuda a ofrecer esta visión”, afirma Paul de la Nougerede, Director de Productos Comerciales de Telegraph. “Creemos que esto ofrece mejores soluciones para nuestros socios y estamos encantados de que Criteo comparta esta visión”.

Con Criteo Direct Bidder, los editores cuentan con una solución sencilla y optimizada para maximizar la monetización de todo su inventario display y nativo a través de los formatos (desktop y móvil) sin repercutir en los CPMs medios de Criteo ni en los Costes por Adquisición de Tráfico. Como resultado, los anunciantes de Criteo tienen acceso al inventario de mayor calidad en todas las plataformas y formatos para ofrecer el mejor rendimiento posible. Criteo se centra en conducir el liderazgo en marketing de resultados con un ecosistema que conecta la demanda y la oferta para el beneficio de todas las partes.



“El *header bidding* está ahora en un momento crucial en Estados Unidos y Europa occidental y se espera que el crecimiento de este segmento este año sea del 100%”, así lo afirma Karsten Weide, Vicepresidenta de programas de Medios y Entretenimiento de IDC. “A medida que los publishers buscan equilibrar el rendimiento de la página a través de *header bidding*, deben ser muy selectivos al determinar qué ofertas se incluyen en el *header*. Los publishers elegirán a los socios que han demostrado ofrecer transparencia, una demanda diferente, eficiencia técnica y mejores CPMs”.

Criteo Direct Bidder ofrece a los publishers los siguientes beneficios:

- **Incremento en los ingresos display y nativos.** Permite a los publishers eliminar las tarifas de terceros y mantener el valor total de los anuncios de display estándar y las unidades nativas que Criteo compra directamente.
- **Velocidad a escala.** Se conecta con la plataforma programática de Criteo, ofreciendo respuestas rápidas a más de 150 mil millones de solicitudes por día.
- **Monetización de usuarios con ad blockers.** Monetiza eficientemente las impresiones bloqueadas por el anuncio de un publisher. De acuerdo con [eMarketer](#), el 27,5% de los usuarios estadounidenses de internet usarán ad blockers en 2017.
- **Configuración flexible para un máximo rendimiento.** Simplifica la configuración del servidor de anuncios del publisher para obtener un mayor rendimiento de la red de alta calidad de Criteo de más de 15.000 anunciantes en todo el mundo.
- **User matching en tiempo real.** Hace coincidir directamente las cookies de los usuarios, incluidas en los navegadores Safari, lo que supone un 20% más de gasto de Criteo.
- **Integración flexible y sin fisuras.** Ofrece la opción de acceder a la demanda exclusiva de Criteo mediante un método de integración independiente o puede utilizarse con los envoltorios de header bidding existentes mediante Index o Prebid.

Para obtener más información sobre Criteo Direct Bidder, visite

<http://www.criteo.com/products/criteo-direct-bidder/>.

Contacto:

Aline Dubucq

Criteo

Tel : +331 55 90 53 91

a.dubucq@criteo.com

Miriam Sarralde / Ángela Treviño

Trescom Comunicación

Tel.: 91 411 58 68 / 695 446 051

miriam.sarralde@trescom.es

angela.trevino@trescom.es