

# Cómo llegar a la audiencia oportuna durante *la Temporada de Fiestas 2020*

## Da el pistoletazo de salida a tu marketing esta Temporada de Fiestas con la segmentación de audiencias de Criteo

Para invertir tu presupuesto para la Temporada de Fiestas de manera eficiente, debes empezar a llegar a las audiencias que más probabilidades tiene de comprar tus productos o servicios.

Criteo te ofrece 3 opciones para dirigirte a la audiencia oportuna, para que solo inviertas tu presupuesto en anuncios que se muestren a consumidores interesados. Puedes construir tus audiencias con tus datos first-party o audiencias agregadas de Criteo basándote en nuestros datos exclusivos datos de intención de compra.

### *Commerce Audiences*

**Impulsa el interés entre nuevas audiencias que compren artículos como los tuyos y adquiere a nuevos clientes.**

**Cómo funciona:** Dirígete a nuevos clientes para tu negocio, que estén comprando activamente online. Construye tu audiencia de campaña utilizando una combinación de las siguientes opciones de targeting:

- + 1.000 categorías de productos
- + 1.000 intereses de marca
- Poder adquisitivo y tipo de artículo

### *Similar Audiences*

**Impulsa el interés entre nuevas audiencias que se parezcan a tus mejores clientes y adquiere nuevos clientes.**

**Cómo funciona:** Dirígete a nuevas audiencias que actúen como los compradores de tu sitio de ecommerce y usuarios de tu app. Confía en la inteligencia artificial de Criteo Lookalike para llegar a los consumidores online que tienen los mismos comportamientos de navegación y compra que tus clientes actuales.

### *Lista de contactos*

**Vuelve a lograr el engagement de tus clientes e impulsa las ventas online, In-App o en tienda física.**

**Cómo funciona:** Segmenta por tus clientes online y de tienda física actuales utilizando tus datos first-party, incluidos datos de app y de sitio web, datos sobre tiendas físicas (tales como CRM o transacciones en tienda física) y segmentos de datos de terceros, de tu plataformas de gestión de datos (DMP) o plataforma de datos de clientes (CDP).



## Omnicanalidad

**Impulsa las ventas entre los compradores de tu tienda física.**

**Cómo funciona:** Conecta online con tus compradores de tienda física a partir de la lista de emails o los datos de CRM y segmentando por **Listas de contactos**.

En lugares en los que permanezcan cerradas tus tiendas o en los que los consumidores aún no se sientan cómodos para comprar en tienda física, dirige a los compradores de tienda física a tu tienda de ecommerce para comprar; quizás algunos de ellos te compren online por primera vez.

Si tus tiendas físicas están abiertas, informa a tus fieles clientes de tienda física y nuevos clientes de que pueden comprar en tienda física o beneficiarse de la recogida en tienda.



## App Marketing

**Anima a más consumidores a disfrutar de tu experiencia In-App.**

**Cómo funciona:** Cuando ejecutas tu campaña de instalación de app con Criteo, utilizamos nuestros datos de intención de compra para identificar a los usuarios mobile con mayor probabilidad de descargar tu app y convertirse en compradores In-App con engagement.

Dirígete a consumidores que no conozcan tu app, que les gusten productos y empresas similares a los tuyos y se comporten como tus mejores usuarios de app.

### La diferencia Criteo: Nuestros datos de intención de compra

Criteo puede ayudarte a crear mejores experiencias publicitarias a gran escala a basándose en los comportamientos de compra reales en lugar de conjeturas. Nuestro gráfico de identidades, el Criteo Shopper Graph, está compuesto por comportamientos de navegación y compra en tiempo real, no búsquedas ni Me gustas, del 75% de los usuarios de internet de todo el mundo. Esto incluye:

**+2.400 millones**

de compradores online activos

**+35.000 millones**

eventos de compra capturados en la web e In-App

**900.000 millones \$**

transacciones de ecommerce anuales (más del triple que Amazon)

**+120**

señales de intención de compra por consumidor

### El retailer holandés HEMA llega a nuevas audiencias a gran escala con Similar Audiences

**+4M**

clientes alcanzados

**30%**

del tráfico generado proviene de clientes nuevos e inactivos

**0,13€**

coste por visita del sitio web

«Criteo ha ayudado a HEMA a impulsar tráfico nuevo y continuo a nuestro sitio web, de un menor coste por visita y una alta calidad. Después de los resultados obtenidos, tenemos previsto confiar en Criteo también para nuestras futuras campañas para atraer más clientes y más visitas cualificadas a nuestra tienda web».

—Daniel Franco, Manager of Media Channels, HEMA

**Empieza en Criteo.com**

**criteo.**