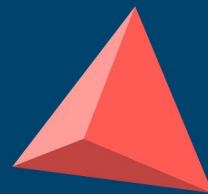


criteol.

Calendario de publicidad de la Temporada de Fiestas

Tu Guía de planificación para la temporada de compras más importante del año



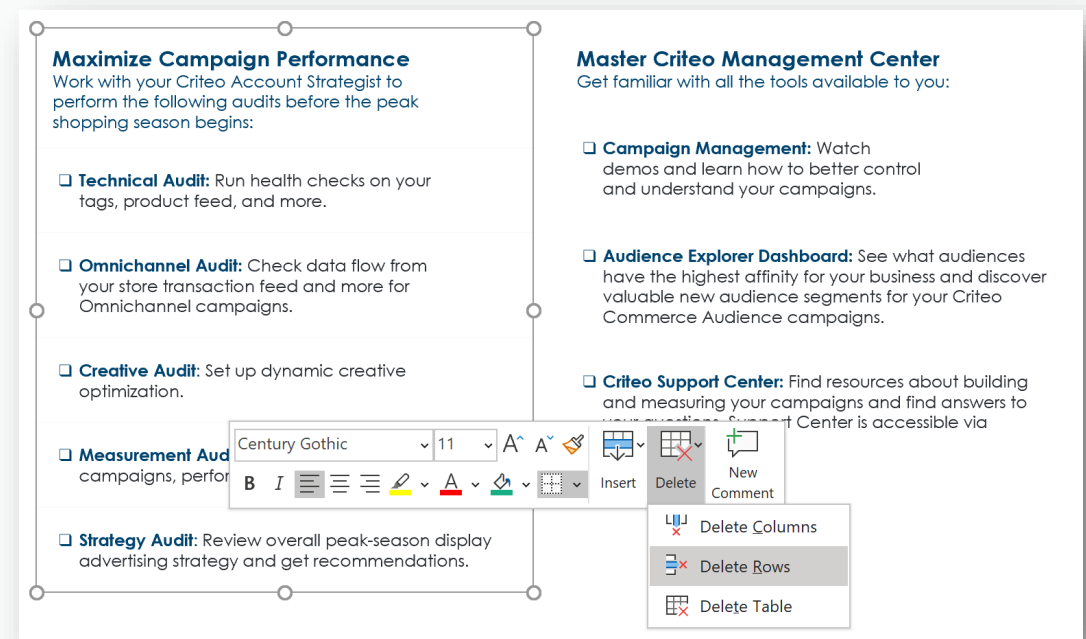
ELIMINA ESTA DIAPOSITIVA ANTES DE ENVIÁRSELA A TU CLIENTE

Cómo utilizar esta plantilla

Se trata de un calendario de publicidad basado en las formaciones comerciales de la Temporada de Fiestas de 2020 y puede personalizarse para cada cliente.

Cómo personalizarlo:

1. Añade el logotipo de tu cliente junto con el logotipo de Criteo en la diapositiva de portada.
2. Borra los pasos que no sean relevantes para las prioridades de tu cliente. Por ejemplo, borra los pasos omnicanal para los vendedores online-only.
3. Cada paso se incluye en una fila de una tabla. Para borrar un paso, solo tienes que borrar aquella fila de la tabla haciendo clic con el botón derecho y seleccionando «Borrar filas» (consultar captura de pantalla).



The screenshot shows a presentation slide with two columns of text. The left column contains a table with five rows, each starting with a checkbox and a bolded title. The right column contains a heading and three bullet points, each starting with a checkbox. A context menu is open over the table, showing options like 'Delete Columns', 'Delete Rows', and 'Delete Table'. The font settings for the table are visible as 'Century Gothic' size 11.

Maximize Campaign Performance	Master Criteo Management Center
Work with your Criteo Account Strategist to perform the following audits before the peak shopping season begins:	Get familiar with all the tools available to you:
<input type="checkbox"/> Technical Audit: Run health checks on your tags, product feed, and more.	<input type="checkbox"/> Campaign Management: Watch demos and learn how to better control and understand your campaigns.
<input type="checkbox"/> Omnichannel Audit: Check data flow from your store transaction feed and more for Omnichannel campaigns.	<input type="checkbox"/> Audience Explorer Dashboard: See what audiences have the highest affinity for your business and discover valuable new audience segments for your Criteo Commerce Audience campaigns.
<input type="checkbox"/> Creative Audit: Set up dynamic creative optimization.	<input type="checkbox"/> Criteo Support Center: Find resources about building and measuring your campaigns and find answers to your questions. Criteo Support Center is accessible via
<input type="checkbox"/> Measurement Audit: Review overall peak-season display advertising strategy and get recommendations.	
<input type="checkbox"/> Strategy Audit: Review overall peak-season display advertising strategy and get recommendations.	

Qué se incluye:



Septiembre y
principios de
octubre

Get Ready

- Maximizar el rendimiento de las campañas
- Dominar el uso de la Criteo Ad Platform



Octubre y
principios de
noviembre

Start Early

- Atraer y adquirir nuevos clientes
- Set Top of Mind para tus clientes
- Desmarcarse de la competencia



Finales de
noviembre
y diciembre

Drive Results

- Impulsar las ventas entre nuevos clientes
- Aumentar las ventas entre tus clientes actuales
- Impulsar las ventas entre clientes de tienda física
- Supervisar los resultados de las campañas



Finales de
diciembre
y enero

*Keep Up the
Momentum*

- Fideliza a tu clientela

Septiembre y principios de octubre

Maximizar el rendimiento de las campañas

Trabaja con tu account strategist de Criteo para realizar las siguientes auditorías antes de que comience temporada de compras:

- ❑ **Auditoría técnica:** lleva a cabo comprobaciones de salud de tus etiquetas, catálogo de productos y mucho más.
- ❑ **Auditoría omnicanal:** consulta el flujo de datos de tu feed de transacciones de tienda física y más aspectos para tus campañas omnicanal.
- ❑ **Auditoría de creatividades:** configura la Dynamic Creative Optimization.
- ❑ **Auditoría de mediciones:** obtén insights sobre tus campañas actuales, realiza pruebas A/B y mucho más.
- ❑ **Auditoría de estrategia:** revisa tu estrategia de publicidad de display de la temporada alta y recibe recomendaciones.

Domina el uso del Criteo Management Center

Familiarízate con todas las herramientas disponibles para ti:

- ❑ **Gestión de campañas:** visualiza demos y aprende cómo controlar y comprender mejor tus campañas.
- ❑ **Panel de control del explorador de audiencias:** entérate de cuáles son las audiencias que tienen una mayor afinidad para tu negocio y descubre segmentos de audiencias nuevos valiosos para tus campañas de Criteo Commerce Audience.
- ❑ **Centro de ayuda de Criteo:** encuentra recursos sobre cómo diseñar y medir tus campañas y encontrar respuesta a tus preguntas. Al Centro de ayuda se puede acceder a través del Management Center.

Get Ready

Octubre y principios de noviembre

Atraer y adquirir a nuevos clientes

Lanza campañas para atraer a nuevos clientes y atráelos a tu sitio web y a tus tiendas con las opciones de audiencias de Criteo:

- ❑ **Commerce Audiences:** impulsa el interés entre nuevas audiencias a partir de más de 1.000 segmentos in-market para adquirir a nuevos clientes.
- ❑ **Similar Audiences:** incrementa el interés entre nuevas audiencias definidas a partir de audiencias similares que actúen como los visitantes actuales de tu sitio web.
- ❑ **Audiencias por ubicación:** utiliza los datos de ubicación para incrementar el interés entre los clientes cerca de tus tiendas físicas.
- ❑ **Lista de contactos:** vuelve a atraer la atención de aquellos clientes que no te han comprado desde las promociones de la última Temporada de Fiestas.

Sigue en el Top of Mind para tus clientes

Logra una mayor fidelización de tus clientes actuales creando puntos de contacto con ellos al principio de la temporada:

- ❑ **Vuelve a atraer a tus clientes online:** Llega a tus clientes que te visitaron o compraron hace poco en tu sitio web o a los clientes que siempre compran contigo online para la Temporada de Fiestas.
- ❑ **Vuelve a atraer a los clientes de tienda física:** atrae a tus compradores de tienda física utilizando tus datos de tienda física, tales como CRM o transacciones en tienda física.
- ❑ **Panel de control del explorador de audiencias:** entérate de cuáles son las audiencias que tienen una mayor afinidad para tu negocio y descubre segmentos de audiencias nuevos valiosos para tus campañas de Criteo Commerce Audience.

Desmárcate de la competencia

Consigue que tus campañas sean más eficientes para gastar de manera inteligente y desmarcarte de la competencia:

- ❑ **Criteo Management Center:** revisa las analíticas de las campañas y realiza ajustes para optimizar tus campañas de la Temporada de Fiestas
- ❑ **Pujas automatizadas:** cambia a pujas automatizadas para maximizar el rendimiento teniendo en cuenta tus KPI o el presupuesto de tu campaña.

Start Early

Finales de noviembre y diciembre

Aumenta las ventas entre tus nuevos clientes

Lanza campañas para volver a atraer a los consumidores que mostraron interés en tus productos y servicios:

- ❑ **Vuelve a atraer a tus clientes online:** llega a los consumidores que han visitado tu sitio web, app o tienda física, pero que se fueron sin comprar y ayúdalos a descubrir los productos que quieren comprar.

Aumentar las ventas entre tus clientes actuales

Lanza campañas Mid y Lower Funnel para impulsar las ventas de tu base de clientes:

- ❑ **Vuelve a atraer a clientes inactivos:** Renueva el interés e impulsa las ventas de tus clientes inactivos con productos y ofertas personalizados.
- ❑ **Vuelve a atraer a clientes actuales:** impulsa las ventas entre compradores recientes con productos personalizados y ofertas para todos los clientes.

Aumenta las ventas entre los compradores de tus tiendas físicas

Lanza campañas para volver a atraer a tus clientes de tienda física e invítalos a comprar a través de diferentes canales:

- ❑ **Visitas a tiendas físicas:** aumenta las visitas a tus tiendas físicas en ubicaciones donde ya hayas abierto.
- ❑ **Ventas en tienda física:** aumenta las ventas en tienda física utilizando datos de transacciones en tienda física y optimizando tus campañas para las ventas en tienda física.
- ❑ **Store-to-Web:** impulsa las ventas online entre los compradores de tienda física (incluidos «click and collect») en aquellas ubicaciones donde esté limitada la compra en tienda física.

Supervisar los resultados de las campañas

Asegúrate de que tus campañas están ofreciendo su mayor potencial:

- ❑ **Pujas automatizadas:** ponte en contacto con tu account strategist de Criteo para cambiar a pujas automatizadas, diseñadas para ofrecer los mejores resultados frente a los KPI fijados durante una época de mayores tasas de conversión.
- ❑ **Criteo Management Center:** revisa tus campañas y comprueba que tus pujas son lo suficientemente competitivas para obtener tu volumen de ventas deseado.
- ❑ **Panel de control de creatividades del Management Center:** añade elementos de creatividades para maximizar las ventas, tales como cupones y reducciones de precio. Activa la Dynamic Creative Optimization si aún no la tienes activada.

Drive Results

Finales de diciembre y enero

Fideliza a tu clientela

Lanza campañas para aumentar el Customer Lifetime Value (CLV) de los compradores de la Temporada de Fiestas después de la época festiva:

- Vuelve a atraer a tus clientes online:** llega a visitantes y compradores de tu sitio web e impulsa otras ventas con productos y ofertas relevantes.
- Lista de contactos:** mantén el interés de los clientes que compraron durante las promociones que realizaste durante la Temporada de Fiestas.
- Store-to-Web:** vuelve a lograr el engagement de tus audiencias de tienda física e impulsa ventas adicionales online y en tienda física.
- Visitas a tienda física:** impulsa las visitas a tus tiendas físicas para las compras de última hora y las devoluciones.
- Ventas en tiendas físicas:** anima a los clientes a ir a tus tiendas físicas para hacerse con los regalos de última hora y compras del período posterior a las fiestas.

Keep Up the Momentum