

Cómo volver a atraer a tus clientes y aumentar las ventas esta *Temporada de Fiestas 2020*

La emoción por las compras y la búsqueda de gangas está en su punto álgido durante la Temporada de Fiestas, lo que la convierte en un momento ideal para volver a atraer a todos los clientes de tu base de datos:

Nuevos clientes

Los consumidores están comprando más online por motivos de seguridad y practicidad debido a la pandemia, tanto si optan por entrega a domicilio como compra online y recogida en tienda física. En un momento en el que los consumidores buscan artículos en stock al mejor precio, los negocios están atrayendo a nuevos clientes con su selección de productos y precios.

Crea nuevos puntos de contacto con los clientes que captaste en 2020 para seguir estando presente para ellos durante la Temporada de Fiestas.

Compradores recientes

Debido a las promociones y eventos de compra de octubre, muchos consumidores están haciendo sus compras antes de Black Friday. No obstante, los datos de Criteo muestran que todavía quedan importantes picos de ventas durante las próximas semanas y que los consumidores probablemente seguirán gastando a lo largo de toda la Temporada de Fiestas.

Ayuda a los compradores recientes a descubrir nuevos productos que quieran comprar y aumenta las ventas esta Temporada de Fiestas.

Clientes inactivos

Los clientes dejan de comprar por muchas razones, pero después del inicio de la pandemia, los consumidores han cambiado por completo sus comportamientos de compra. Por ejemplo, con tantas preocupaciones con relación a la salud, los consumidores que suelen comprar en tiendas físicas están visitando mucho menos a menudo los retailers y comprando en sus sitios web favoritos.

Renueva el interés de clientes de tienda física y online inactivos mostrándoles ofertas relevantes y diferentes maneras de comprar.

Compradores estacionales

Puede que algunas empresas registren solo compras de determinados clientes al activar promociones de temporada; esto sigue, no obstante, representando una importante oportunidad para las ventas y para la potencial fidelización de estos clientes en su base de datos, especialmente ahora que los consumidores miran mucho más los precios.

Llega a tus clientes inactivos que no hayan comprado desde la Temporada de Fiestas de 2019 con productos y ofertas relevantes.

Criteo para el re-engagement de clientes

Criteo ayuda a los negocios a aumentar las ventas entre los clientes actuales, reducir las bajas y aumentar el Customer Lifetime Value (CLV).

Vuelve a atraer a clientes que hayan:



Comprado en tu sitio web



Hayan utilizado tu app



Hayan comprado en tus tiendas físicas

Tecnología de publicidad de Criteo

Aumenta la eficiencia de tus campañas y crea mejores experiencias publicitarias para todos tus clientes

Criteo Shopper Graph

Nuestro gráfico de identidades contiene los datos de intención de compra exclusivos de Criteo. Observamos la navegación en tiempo real y los comportamientos de compra para ver la intención de compra y los procesos de compra reales. Ayudamos a nuestros anunciantes a conectar los diferentes canales donde la gente compra.

+2.500 millones de compradores online activos

+35.000 millones de eventos de compra capturados en la web y In-App

900.000 millones de dólares en transacciones de ecommerce anuales (más del triple que Amazon)

+120 señales de intención de compra por consumidor

Motor de Criteo de IA (Artificial Intelligence)

Nuestro galardonado Criteo AI Engine analiza, de manera continua, datos del **Criteo Shopper Graph** y crea anuncios que influyen en cada consumidor en el momento que está listo para tomar una decisión de compra. **A continuación te contamos cómo funciona:**

El momento oportuno

Pujas predictivas de Criteo

garantiza que gastas tu presupuesto de manera inteligente presentando anuncios a los consumidores cuando y dónde tienen más probabilidades de interactuar con ellos.

Los productos oportunos

Las recomendaciones de

productos de Criteo están basadas en los comportamientos generales de un consumidor, no solo teniendo en cuenta los últimos artículos vistos en tu sitio web, por lo que ofreces productos y ofertas personalizados a cada consumidor.

La creatividad oportuna

La tecnología Dynamic Creative

Optimization+ (DCO+) de Criteo tarda milésimas de segundo en decidir qué formato de anuncio y elementos de diseño visuales tienen más posibilidades de atraer a cada consumidor.



Campañas de Criteo Omnicanal

El ecommerce está creciendo, pero las tiendas físicas siguen teniendo mucho que decir. Vuelve a atraer a tus clientes de tienda física e invítalos a comprar online y en tienda física esta Temporada de Fiestas.

1. Dirige a tus compradores de tienda física a tu sitio web

Para tender un puente entre lo online y offline, carga tu catálogo de productos del inventario local e invita a los consumidores a comprar en tus tiendas físicas locales ofreciéndoles compra online y recogida en tienda física.

2. Dirige tráfico de tienda física a tus tiendas físicas abiertas

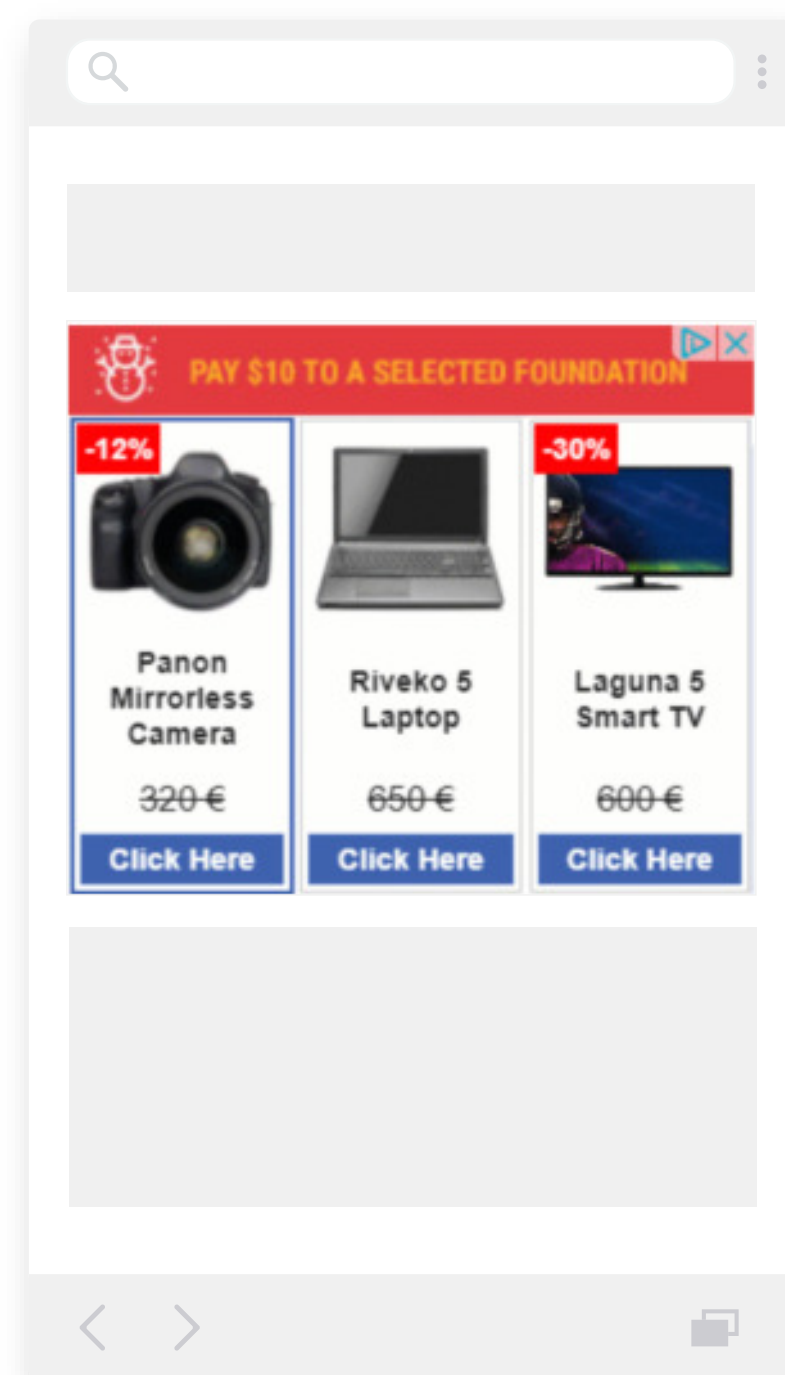
Algunos consumidores prefieren ir a las tiendas físicas si se respetan las normas de seguridad de distanciamiento social. Cuéntale a estos consumidores acerca de las promociones en tienda física y sobre cómo les estás protegiendo.

3. Aumenta las ventas en tienda física

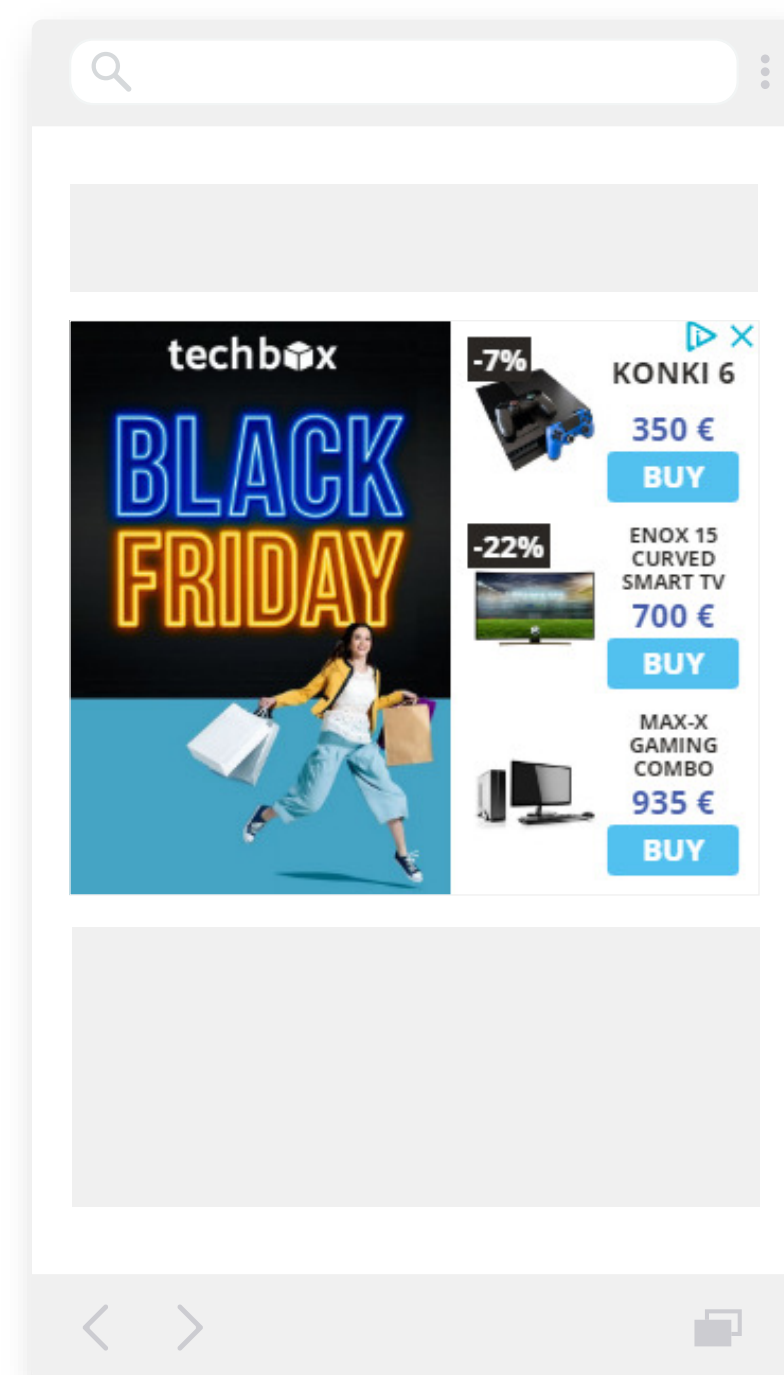
Optimiza tus campañas con creatividades basadas en el historial de compra reciente de cada cliente y anímalos a realizar más compras contigo.

Formatos de anuncios de Criteo

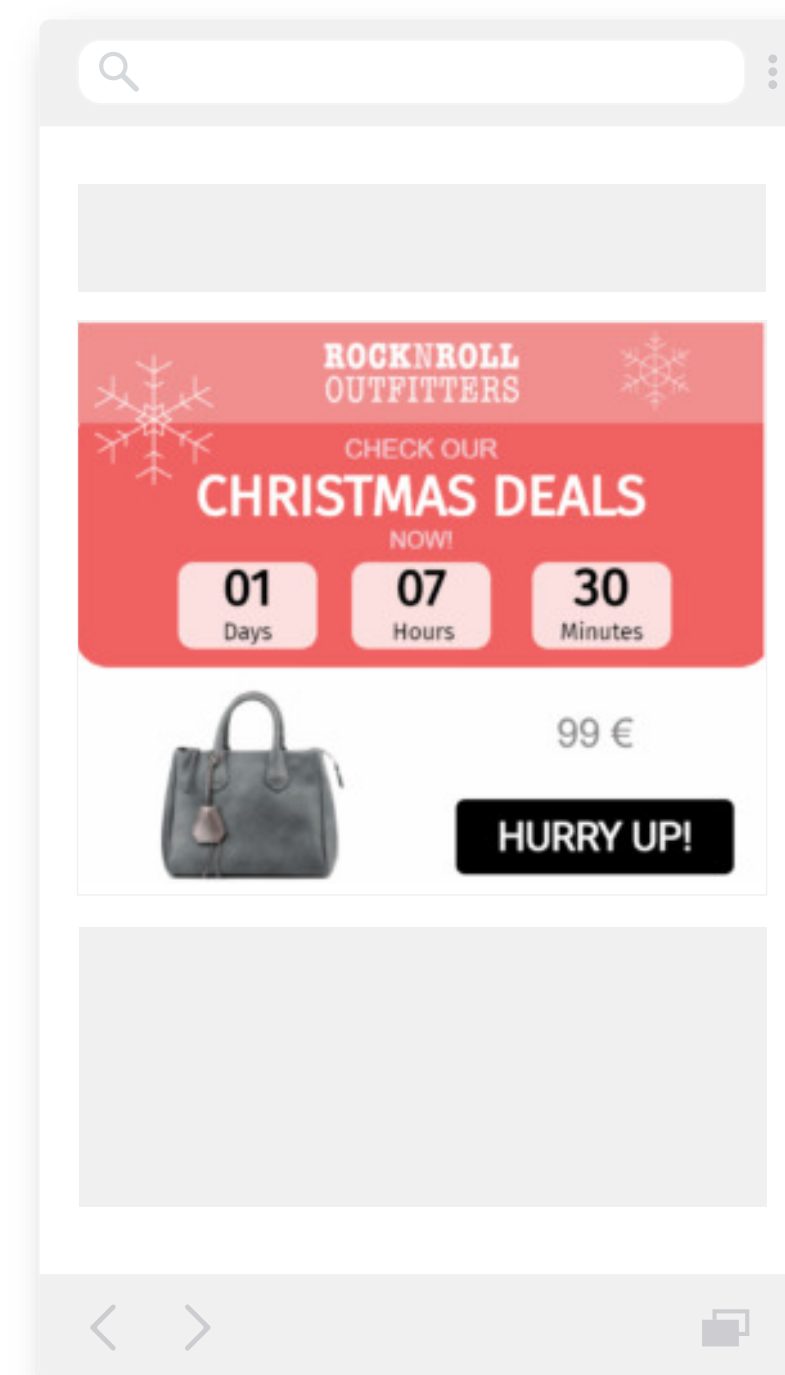
Vuelve a atraer a tus clientes con formatos de creatividades centradas en la conversión que destaquen tus productos y ofréceles recomendaciones y ofertas relevantes:



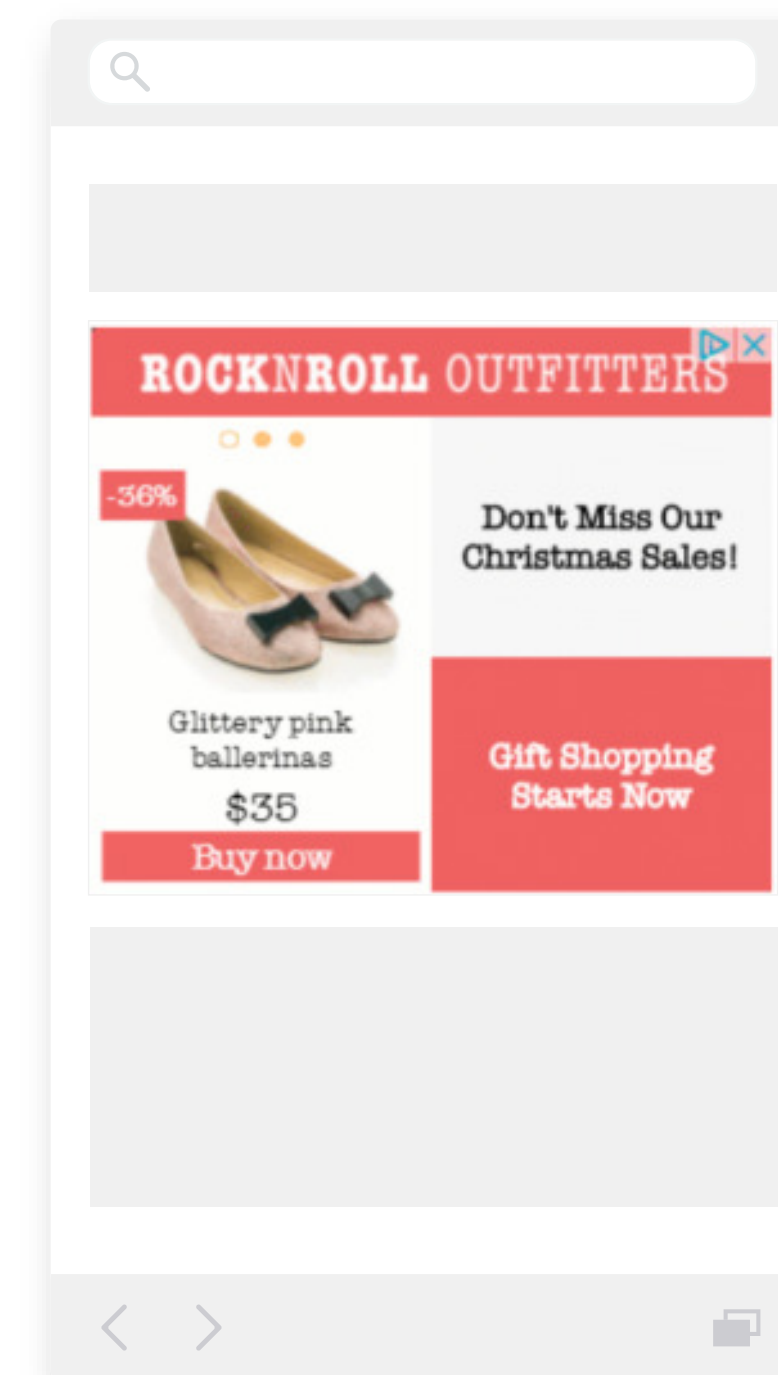
Mosaico



Showcase



Cuenta atrás



Tienda

Aumenta las ventas en todos los canales:



Tu sitio web



Tu app



Tu tienda física

La creatividad oportuna

DCO+ garantiza que cada anuncio sea relevante y se dirija a cada persona en especial.



El contexto oportuno

Nuestra tecnología ofrece los anuncios más relevantes posibles en momentos en los que un consumidor tiene más probabilidades de realizar una compra.

Criteo para el re-engagement de clientes: Diseño de tu campaña

Define tu objetivo

Crea una campaña de Criteo con el objetivo de impulsar más conversiones online, a través de tu app o en tienda física.

Vamos a crear una campaña
Selecciona el objetivo de marketing que deseas conseguir

Tráfico del sitio web
Dirige a los consumidores oportunos a tu sitio web →

Conversiones en sitio web
Consigue que los consumidores hagan determinadas acciones en tu sitio web →

Escoge a tu audiencia

Crea una audiencia a partir de tus datos first-party a partir de tus Listas de contactos. Criteo mejorará tus perfiles de cliente a partir del Criteo Shopper Graph.

Audiencia
Selecciona la audiencia a la que deseas llegar

Similar
Dirígete a personas nuevas similares a los visitantes de tu sitio web

Visitantes del sitio web
Vuelve a dirigirte a personas que ya hayan visitado tu sitio web con anterioridad

Lista de contactos
Dirígete a personas mediante su identificador de usuario

Utiliza una lista de clientes actuales
Selecciona una lista

Targeting por comportamiento
Escoge a las personas que quieres que vean tus anuncios

Incluir clientes de tu sitio web o app No Sí

Excluir a visitantes recientes
De los últimos 60 días (recomendado)

Excluir lista de clientes No

Selecciona tu estrategia de pujas

Tu estrategia de pujas determina cómo inviertes tu presupuesto y cómo la tecnología de Criteo optimiza tu campaña. Escoge una estrategia de pujas para maximizar tu tasa de conversión.

Presupuesto y pujas
Define el presupuesto y las pujas para lograr tu objetivo de marketing

Estrategia de pujas
Optimiza conversiones

Controlador de costes
Selecciona un tipo de controlador* Define el presupuesto diario inicial*
Presupuesto diario EUR/día

Controlador de costes
Selecciona un tipo de presupuesto* Define un importe*
A diario EUR/día

Listas de contactos que recomendamos:

Compradores recientes de tiendas físicas y online

Vuelve a atraer a clientes que hayan comprado contigo en los últimos 30 días.

Compradores de tienda física antes de la pandemia

Invita a los clientes de tienda física inactivos a comprar online y probar la recogida en tienda física desde el coche.

Compradores inactivos de la Temporada de Fiestas

Recuerda a tus compradores de la Temporada de Fiestas de 2019 que han regresado tus promociones.

[Empieza en Criteo.com](https://www.criteo.com)

criteo.