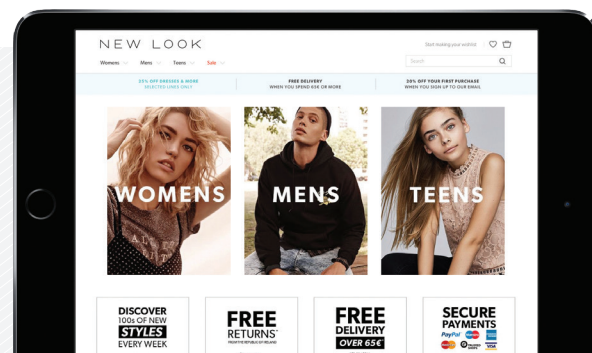


NEW LOOK

New Look a généré 4 fois plus de commandes avec Criteo Customer Acquisition par rapport à ses autres partenaires d'acquisition.



Résultats

x4

Commandes

62%

Clients inactifs et nouveaux clients

-74%

Coût par commande

Afin de stimuler les ventes auprès de ses clients inactifs et de nouveaux clients, New Look a intégré à sa stratégie d'acquisition upperfunnel - sur le haut du tunnel d'achat - la technologie à la performance de Criteo.

En analysant les comportements d'achat et les centres d'intérêt des consommateurs, New Look a pu cibler les acheteurs présentant le plus fort potentiel de conversion et atteindre des résultats exceptionnels, avec 62 % de nouveaux clients ou de clients inactifs.

Grâce à des annonces ciblées et personnalisées, basées sur les intérêts de chaque consommateur et sur leurs préférences en termes de catégories de produits, New Look a pu multiplier par quatre le nombre de commandes par rapport à ses autres partenaires d'acquisition, tout en réduisant le coût par commande de 74 %.

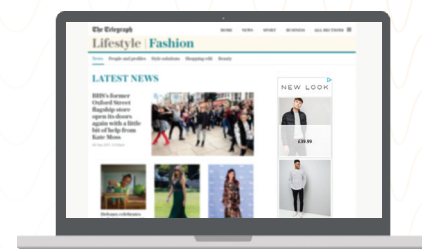
Source : analyse des données de la campagne Criteo Customer Acquisition réalisée par Criteo entre juin et juillet 2017.

Problématique

Leader de la mode et du prêt-à-porter au Royaume-Uni, New Look cherchait un partenaire qui lui permettrait de toucher un public plus large, de générer davantage de trafic sur son site et de booster ses revenus. Objectif : attirer et convertir davantage de prospects ayant une forte propension à l'achat.

Depuis le début de son partenariat avec Criteo en 2012, New Look a mis en oeuvre une stratégie lower-funnel - sur le bas du tunnel d'achat - efficace, en ciblant les consommateurs déjà actifs.

Afin d'identifier, de cibler et de convertir d'autres prospects pertinents, New Look s'est tourné vers une stratégie full-funnel - sur l'ensemble du tunnel d'achat - avec Criteo Customer Acquisition.



Criteo Customer Acquisition nous a apporté d'excellents résultats en générant quatre fois plus de commandes par rapport à nos autres partenaires d'acquisition. Par ailleurs, les utilisateurs exposés une première fois à la campagne d'acquisition de Criteo ont ensuite été reciblés par la campagne de retargeting historique, permettant ainsi de générer 83 % de commandes supplémentaires auprès de ces nouveaux clients.

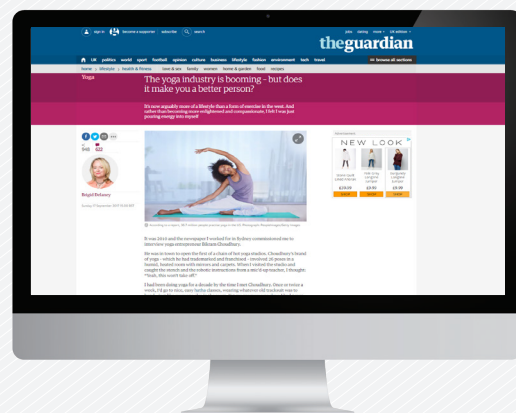
—Matt Roberts, Head of Digital Marketing & CRM, New Look

Solution

Criteo identifie et cible les nouveaux clients et les clients inactifs à travers son écosystème comptant plus de 1,2 milliard d'internautes actifs par mois, permettant ainsi à New Look de booster ses ventes auprès de consommateurs encore inconnus. Grâce à une approche full-funnel, New Look a pu offrir une expérience client pertinente et cohérente, tout au long du parcours d'achat.

La capacité de Criteo à cibler des prospects pertinents ayant un fort potentiel de conversion, grâce à l'analyse de leurs historiques d'achat et de navigation, a permis de multiplier les commandes par quatre tout en réduisant le coût par commande de 74 %.

La technologie de machine-learning de Criteo, associée à des recommandations de produit pertinentes et personnalisées, ont permis à New Look d'optimiser ses campagnes d'acquisition, en atteignant un taux de 62 % de nouveaux clients ou de clients inactifs.



Fonctionnement



Un score unique pour chaque consommateur

En se basant sur la propension à l'achat et en séparant les prospects des clients existants, Criteo Shopper Graph identifie les prospects les plus chauds.



Recommandations de produits personnalisées

Dans le cadre de vos campagnes d'acquisition, notre technologie éprouvée de machine-learning permet d'afficher des produits pertinents à chaque utilisateur.



Engagement maximal

L'analyse des données de navigation et d'achat, agrégées et anonymisées, permet de cibler les utilisateurs les plus pertinents, ayant la plus forte propension à convertir.



Solution d'acquisition sur un modèle à la performance au CPC

Un ROI maximal sur vos campagnes d'acquisition : vous ne payez que lorsque les consommateurs interagissent avec votre campagne Criteo Customer Acquisition.

À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO), le leader du Commerce Marketing, construit le plus grand écosystème de Commerce Marketing ouvert et performant capable de générer des ventes et des profits pour les retailers et les marques. Les 2 700 membres de l'équipe Criteo collaborent avec 17 000 clients ainsi que des milliers d'éditeurs à travers le monde afin d'offrir des performances à grande échelle en connectant les consommateurs aux produits qu'ils désirent. Criteo Commerce Marketing Ecosystem analyse plus de 550 milliards de dollars de données transactionnelles par an.

Pour plus d'information, rendez-vous sur www.criteo.com/fr.