

Comment atteindre la bonne audience pendant *la période des fêtes 2020*

Commencez votre campagne marketing pour les fêtes de fin d'année avec la segmentation d'audience de Criteo

Investissez efficacement votre budget de fin d'année : touchez les audiences les plus susceptibles d'acheter vos produits ou services.

Criteo vous propose trois options pour être sûr de toucher le bon public, grâce à des publicités qui cibleront les consommateurs intéressés.

Vous pouvez construire vos audiences avec vos données de première partie ou des audiences Criteo agrégées basées sur nos données uniques d'intention d'achat.

Commerce Audiences

Éveillez l'intérêt de nouveaux publics qui achètent des articles similaires aux vôtres et gagnez de nouveaux clients.

Comment ça marche : Touchez de nouveaux clients réellement actifs en ligne. Composez l'audience de votre campagne en associant les options de ciblage suivantes :

- + 1 000 catégories de produits
- + 1 000 intérêts de marque
- Pouvoir d'achat et type d'article

Similar Audiences

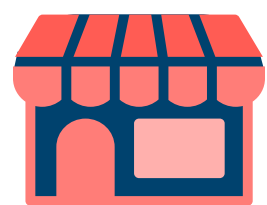
Suscitez l'intérêt de nouvelles audiences au profil similaire à celui de vos clients existants, pour acquérir de nouveaux acheteurs.

Comment ça marche : Grâce à l'intelligence artificielle de Criteo Lookalike, ciblez de nouvelles audiences. Touchez les consommateurs qui ont les mêmes comportements de navigation et d'achat que les clients actuels de sur votre site Internet et de votre application.

Liste de contacts

Réengagez vos clients et stimulez les ventes en ligne, In-App ou en magasin.

Comment ça marche : Segmentez votre clientèle à l'aide de vos données first party, issues de votre application, de votre site Internet, ou encore de vos magasins physiques (CRM ou transactions). Vous pouvez aussi vous appuyer sur des données third party : plateforme de gestion des données (DMP), plateforme de données clients (CDP).



Une stratégie omni-canale

Boostez les ventes auprès des clients de vos magasins physiques.

Comment ça marche : Connectez vous avec vos acheteurs physiques à partir de la liste de diffusion ou des données CRM et segmentez-les par liste de contacts.

Partout où vos magasins sont fermés, ou si vos consommateurs ne sont pas encore prêts à refaire leurs achats en magasin, orientez-les vers votre boutique en ligne. N'oubliez pas : pour certains consommateurs, ce sera peut-être la première fois qu'ils achèteront en ligne.

Si vos magasins physiques sont ouverts, informez vos clients fidèles et vos nouveaux prospects qu'ils peuvent acheter sur place ou bénéficier du « clic & collect ».



App Marketing

Encouragez davantage de consommateurs à profiter de votre expérience In-App.

Comment ça marche : Lancez une campagne d'installation d'application avec Criteo. À l'aide de nos données d'intention d'achat, nous identifions les utilisateurs mobiles les plus susceptibles de télécharger votre application et de devenir des acheteurs In-App engagés.

Ciblez les consommateurs qui ne connaissent pas encore votre application, qui aiment les produits et les entreprises similaires aux vôtres, et qui se comportent comme les meilleurs utilisateurs de votre application.

La différence Criteo : nos données sur les intentions d'achat

Criteo est là pour vous aider à créer de meilleures expériences publicitaires à grande échelle, basées sur des comportements d'achat réels plutôt que sur des suppositions. Notre graphique d'identité, le Criteo Shopper Graph, s'appuie sur les comportements de navigation et d'achat en temps réel de 75 % des internautes dans le monde, et non sur des recherches ou des préférences :

+2400 millions
d'acheteurs en ligne actifs

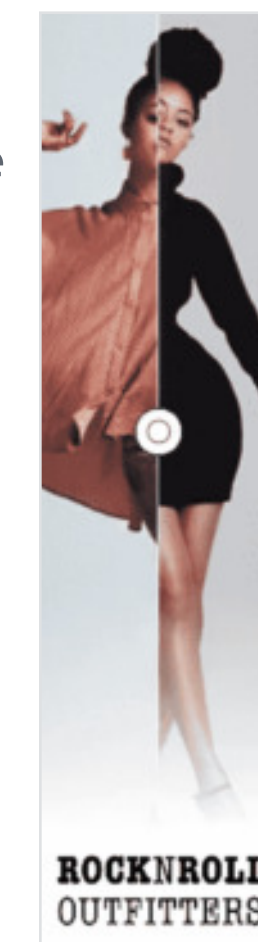
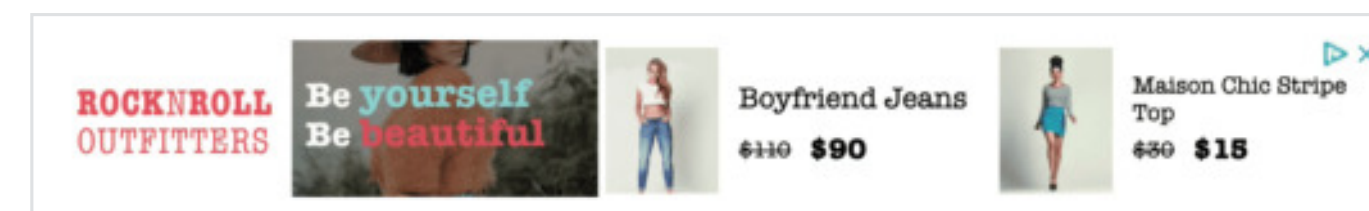
+35 000 millions
d'évènements d'achat capturés sur Internet et In-App

900 000 millions \$
de transactions en ligne par an (soit plus du triple d'Amazon)

+120
signes d'intention d'achat par consommateur

Formats publicitaires de Criteo

Attirez de nouveaux publics grâce à des éléments de marque créatifs et interactifs et à des contenus personnalisés :



À vous de jouer sur Criteo.com

criteo.