



Criteo rivela le previsioni per il digital commerce nel 2017

Milano, 26 gennaio 2017 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance marketing, ha pubblicato il report [Digital Commerce & Marketing Outlook 2017](#), mettendo in evidenza le tendenze che avranno un impatto significativo sul settore durante il corso dell'anno. In un momento storico di grandi cambiamenti, lo studio offre alle aziende inserzioniste spunti interessanti per attivare strategie di marketing di successo e aumentare le vendite.

I risultati del report si basano sulle analisi realizzate da Criteo esaminando miliardi di transazioni online. I dati rivelano sei tendenze chiave che caratterizzeranno il 2017:

1. **Il valore delle transazioni da mobile è in continua crescita.** Nel 2016 il valore degli ordini tramite mobile è stato inferiore solo del 9% rispetto al desktop, mentre tramite mobile app ha superato il desktop del 27%. Ciò significa che i retailer devono assicurare un'esperienza di acquisto da mobile sempre più semplice e sicura, per incoraggiare spese sempre più elevate.
2. Nel 2017 un numero crescente di aziende indipendenti consentirà ai retailer di **mettere a fattor comune le risorse** per competere con giganti come Amazon.
3. **Nel 2017 i retailer investiranno di più in Google Shopping** (Product Listing Ads, PLA) e estenderanno le loro capacità per migliorare la ricerca e il conversion rate. Diventa sempre più importante intercettare i consumatori nella fase di ricerca, investendo in strumenti in grado di garantire un'analisi dei dati approfondita.
4. **Nel 2017 il programmatic sarà utilizzato non solo per acquistare pubblicità video ma anche per automatizzare la creazione e l'ottimizzazione degli annunci.** Migliaia di variazioni di video ad generate in maniera dinamica consentiranno ai marketer di attivare campagne molto targettizzate e personalizzate. L'ottimizzazione delle campagne in real time consentirà il raggiungimento del ROI.
5. **I produttori richiederanno una misurazione del ROI sempre più raffinata** e investiranno in campagne in grado di dimostrare una crescita delle vendite scalabile.
6. **La maggioranza degli online retailer diventeranno brand "mobile first".** I retailer leader in mobile web hanno registrato il 39% di conversioni in più rispetto ai ritardatari. L'Asia, in particolare la Cina, sta vivendo un vero e proprio boom nelle vendite da mobile grazie a una continua innovazione e una user experience straordinaria. Non è più sufficiente essere mobile responsive, al contrario il mobile deve diventare la priorità nello sviluppo dei siti.

“Il 2017 sarà un altro anno di cambiamenti significativi nel comportamento dei consumatori e retailer e marketer dovranno investire in soluzioni che connettano i touchpoint online e in-store per competere con i giganti dell’eCommerce, e in Product Listing Ads, per intercettare i consumatori nella fase di ricerca”, ha commentato Alberto Torre, Managing Director di Criteo Italia. “Il mobile si confermerà il driver principale per il digital commerce e gli inserzionisti dovranno assicurare un’esperienza mobile matura e perfezionata, per consentire ai consumatori di concludere acquisti da mobile di valore.”

Il report completo Digital Commerce & Marketing Outlook 2017 di Criteo è disponibile al link <http://www.criteo.com/resources/criteo-ecommerce-industry-outlook-2017/>, mentre per avere maggiori informazioni su Criteo e la sua tecnologia potete visitare il sito www.criteo.com.

###

A proposito di Criteo

Criteo realizza campagne personalizzate di performance marketing su scala globale. La società misura il ritorno sulle vendite post-click, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega oltre 2.400 dipendenti in 30 uffici in America, Europa e Asia Orientale e fornisce i suoi servizi a oltre 13.000 inserzionisti in tutto il mondo collaborando direttamente con 17.500 editori.

Per ulteriori informazioni, visitare i siti www.criteo.com – www.criteo.com/it

Contatti per la stampa

Raffaella Gerli – Ottavia Callegari

ROCK communications

Tel. 02 36693300 – 335 6417845

raffaella.gerli@rock-communications.it;

ottavia.callegari@rock-communications.it