



Criteo Commerce Marketing Ecosystem consente a retailer e aziende di intraprendere il cammino verso un futuro collaborativo e di successo

Le nuove soluzioni utilizzano Shopper Graph e l'Engine di Criteo per fornire una targetizzazione personalizzata di clienti nuovi e attuali

Milano, 10 ottobre 2017 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), azienda tecnologica specializzata in Commerce Marketing, annuncia un importante passo avanti nel percorso verso la costruzione dell'ecosistema di commerce marketing più performante e aperto. Nell'agosto 2017 l'azienda ha annunciato Criteo Commerce Marketing Ecosystem (CME), una rete di decine di migliaia di retailer, brand ed editori, incentrata sulla tecnologia di marketing integrata, costruita per il commercio e alimentata da machine learning. Oggi Criteo aggiunge al Commerce Marketing Ecosystem due nuove soluzioni - Criteo Audience Match^{BETA} e Criteo Customer Acquisition^{BETA}. Anche la soluzione Criteo Kinetic Design è stata ottimizzata grazie all'introduzione del Video.

In un mondo in cui i clienti sono estremamente esigenti e volatili, i retailer e i brand devono offrire esperienze di shopping senza soluzione di continuità e pertinenti su tutti i dispositivi e canali e in tutte le fasi del percorso. Ciò ha aperto un nuovo scenario di competizione, dove Amazon, Alibaba e simili hanno un vantaggio, ovvero come organizzare applicare i dati in scala per comprendere il cliente, raggiungerlo e indurlo a comprare. Criteo sta livellando il campo di gioco creando un ecosistema che consente ai retailer e alle aziende che ne fanno parte di trarre vantaggio da un set di dati molto più ampio e da una tecnologia più intelligente di quanto potrebbero acquisire o sviluppare da soli.

“La collaborazione in un ecosistema aperto uniforma il campo di gioco e apre la strada alle aziende commerciali per modellare il proprio futuro”, ha dichiarato Patrick Wyatt, Senior Vice President, Product Management, di Criteo. “Abbiamo sviluppato Criteo Commerce Marketing Ecosystem per rendere disponibile il valore della collaborazione e il potere dei dati a tutti coloro che partecipano. L'aggiunta di Criteo Audience Match e Criteo Customer Acquisition offre una suite robusta di soluzioni di marketing per il commercio per supportare l'intero viaggio online e offline.”

La ricerca guida l'innovazione

A supportare l'innovazione su cui poggiano queste nuove soluzioni, è uno studio recente condotto da Criteo in collaborazione con Forbes Insights. Lo studio, che ha coinvolto più di 500 senior executive a livello mondiale, ha rivelato che la disruption dell'industria retail sta rimodellando il commercio e che i brand e i retailer temono che i giganti fisico-digitali renderanno più difficile la competizione. Inoltre, lo studio evidenzia che i retailer e i brand vedono gli asset di dati aggregati come mezzo per ottenere un vantaggio competitivo, con il 71% degli intervistati disposti a contribuire a un pool di dati.

Criteo Customer Acquisition^{BETA} : trovare e attirare nuovi clienti

Gli inserzionisti cercano continuamente metodi per generare nuove entrate incrementalmente. Tuttavia, gli approcci di acquisizione esistenti mancano di accuratezza e lasciano i marketer nel dubbio se il denaro speso in pubblicità abbia raggiunto gli utenti che hanno più probabilità di effettuare un acquisto.

Utilizzando i dati di identità e interesse di Criteo Shopper Graph, gli early adopter stanno utilizzando Criteo Customer Acquisition^{BETA} per trovare e convertire nuovi clienti in modo proattivo con un ROI significativamente migliore rispetto ai metodi esistenti. Questa soluzione di acquisizione basata sulle performance analizza i dati storici e comportamentali per creare un profilo target ideale, individua nuovi clienti che corrispondono al profilo target e li coinvolge utilizzando i prodotti che indicano l'interesse più alto previsto.

Questa soluzione consente di:

- Identificare e coinvolgere nuovi clienti in base ai loro modelli di navigazione e interessi di acquisto.
- Massimizzare i tassi di conversione tramite raccomandazioni di prodotto personalizzate.
- Ottimizzare la spesa pubblicitaria e massimizzare il ROI, pagando solo quando gli acquirenti vengono coinvolti da una campagna.

Un beta test nel Regno Unito ha mostrato che gli early adopter potrebbero aumentare il tasso di acquisizione di nuovi clienti fino al 73%.

“Valutiamo il successo sulla base di reach, engagement, conversione e capacità di capire esattamente come i budget pubblicitari digitali influenzino le performance del nostro programma”, ha commentato Jon Grail, Head of Digital Marketing di House of Fraser. “Criteo Customer Acquisition è una soluzione potente nell'ambito dell'ecosistema di Criteo che ha fornito un miglioramento immediato nel traffico qualificato del sito, prospettando vendite e ordini dei clienti”.

“Criteo Customer Acquisition ha fornito prestazioni eccezionali con ordini quattro volte superiori rispetto a quelli dei nostri altri partner di acquisition”, ha dichiarato Matt Roberts, Head of Digital Marketing di New Look.

“In un mercato digitale in forte evoluzione, troviamo valore nel conoscere e con quale precisione i nostri budget e strategie digitali stiano raggiungendo i nostri clienti potenziali”, ha dichiarato Paul Carmichael, Head of Digital Marketing di La Redoute. “Sia che il nostro successo sia misurato con transazioni online, traffico o engagement dei consumatori, Criteo Customer Acquisition ci fornisce le soluzioni necessarie per attuare correttamente le campagne e le strategie digitali”.

Criteo Audience Match^{BETA}: un modo flessibile per raggiungere nuovi clienti e riattivare i clienti esistenti

È semplice per gli inserzionisti coinvolgere nuovamente gli utenti della propria base clienti con messaggi di prodotto rilevanti, ma come raggiungerli è un dilemma. Le soluzioni esistenti di display a pagamento

che utilizzano i dati CRM spesso falliscono, a causa delle scarse match rate online e della limitata disponibilità di inventario al di fuori dei giardini recintati dell'online.

Utilizzando i dati CRM o DMP per identificare in modo preciso le audience su - web, browser mobile e app, Criteo Audience Match^{BETA} offre ai marketer un nuovo modo per riagganciare la propria base clienti con campagne display ad ampio raggio. Criteo ha costruito una base di ID deterministici all'interno di Criteo Shopper Graph, consentendo ai clienti beta di vedere una percentuale di corrispondenza di oltre il 60% delle loro liste clienti esistenti con profili online. Inoltre, i marketer possono utilizzare Criteo Audience Match^{BETA} per:

- Eseguire rapidamente campagne display convenienti in un insieme diversificato di scenari di marketing, inclusi il recupero di clienti persi, la promozione di offerte stagionali, la vendita incrociata di prodotti relativi ad acquisti precedenti e altro ancora.
- Generare engagement ineguagliabili attraverso annunci ottimizzati, bilanciando il design ispirato al brand e le prestazioni degli annunci attraverso Kinetic Design.
- Sincronizzarsi perfettamente con Criteo Dynamic Retargeting per garantire l'ottimizzazione e l'attribuzione delle campagne cross-device.

“Con la sua elevata match rate e la vasta portata di editori su tutti i dispositivi, Criteo Audience Match è stata la soluzione perfetta per raggiungere i nostri obiettivi di ricoinvolgimento della audience”, ha commentato Nathalie Dufayet, Traffic Manager di La Redoute.

Kinetic Design offre l'ottimizzazione creativa in tempo reale al canale video

Criteo ha aggiunto il video come nuovo canale e fonte di inventario per i marketer. Criteo Kinetic Design ottimizza automaticamente ogni aspetto visivo di un annuncio per ispirare e coinvolgere un acquirente. Kinetic Design offre già più di 17 trilioni di variazioni a partire da un design base negli annunci display. Questo database ora è stato ampliato per includere il video, creando annunci video personalizzati che mostrano prodotti rilevanti sulla base della capacità di Criteo di conoscere il cliente.

Questi annunci video vengono creati automaticamente, in real-time e sono visualizzati su web e mobile. Dal momento che la fruizione dei video è in continua crescita, i clienti di Criteo possono ora utilizzare il video per riagganciare in modo rilevante gli acquirenti senza tempi di produzione, risorse o costi aggiuntivi. Il video viene consegnato in modalità non intrusiva per fornire un'esperienza di navigazione senza soluzione di continuità - in app, nel feed o su un sito web. La capacità video di Criteo consente ai marketer di sfruttare anche gli annunci video su base di cost per click.

"La perdita dei confini fra mondi tradizionali e digitali sta sconvolgendo il modello di business del settore retail. Comprendere il comportamento di acquisto dei consumatori è sempre più difficile data la frammentazione dei media e l'utilizzo di più dispositivi. Le aziende più lungimiranti e i retailer che scelgono un approccio collaborativo alla condivisione dei dati saranno meglio posizionati per aggiungere

valore durante il processo di valutazione”, ha dichiarato Seth Ulinski, Senior Analyst di Technology Business Research, Inc. “Questa mentalità apre la strada a marketer ed editori per creare esperienze pertinenti e coinvolgenti per i consumatori - che dovrebbero in definitiva aumentare le opportunità di valutazione e di vendita.”

Disponibilità del prodotto

I prodotti sono disponibili nei seguenti mercati: Criteo Audience Match^{BETA} in tutti i mercati, ad eccezione del Giappone; Criteo Customer Acquisition^{BETA} negli Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Germania; infine, Criteo Kinetic Design - Video in tutti i mercati, tranne Giappone, Russia, Turchia e Brasile.

###

A proposito di Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO), leader nel Commerce Marketing, sta costruendo l’ecosistema di commerce marketing più performante e aperto, in grado di generare profitti e vendite per retailer e aziende. 2.700 membri del team Criteo collaborano con 16.000 clienti e migliaia di editori in tutto il mondo per fornire performance scalabili, mettendo in collegamento gli utenti con le cose di cui hanno bisogno e amano. Progettato per il commercio, Criteo Commerce Marketing Ecosystem genera oltre 550 miliardi di dollari di vendite all’anno.

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