



Decathlon Italia ottimizza gli investimenti online grazie alla partnership con Criteo

Milano, 20 novembre 2017 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), azienda tecnologica specializzata in Commerce Marketing, è lieta di presentare la partnership con [Decathlon Italia](#), azienda leader che mette a disposizione del pubblico tecnologie per oltre 76 differenti discipline sportive.

Decathlon è presente in Italia da oltre 30 anni con più di 115 punti vendita e quattro siti logistici, ai quali aggiunge il sito www.decathlon.it, che dal 2009 si affianca con successo agli store tradizionali per la vendita dei prodotti online.

Per Decathlon il sito e-commerce è molto importante perché consente non solo di raggiungere le persone che non hanno uno store vicino a casa, ma permette anche agli altri clienti di preparare l'acquisto prima di recarsi nei negozi. Questo per rendere accessibili a tutti i benefici e il piacere della pratica sportiva.

Per sfruttare al massimo le opportunità di marketing in un settore in continua evoluzione, Decathlon ha scelto di collaborare con Criteo, per offrire ai propri clienti un'esperienza digitale innovativa e iper personalizzata.

Dall'ottobre del 2012, le soluzioni Criteo consentono di utilizzare il retargeting per seguire gli utenti nel loro percorso attraverso diversi dispositivi. Grazie a Criteo Dynamic Retargeting, Decathlon è in grado di presentare agli utenti annunci personalizzati su qualsiasi device, proponendo prodotti che sono già stati visionati sul sito, e quindi di interesse, o nuove proposte, raggiungendo così il massimo numero di potenziali clienti. I risultati sono ottimi: attualmente il 6% delle sessioni generate sul sito provengono dal canale del retargeting.

La tecnologia Criteo è stata utilizzata da Decathlon anche per una campagna indirizzata a utenti specifici. La campagna aveva l'obiettivo di raggiungere chi pratica il tennis, mostrando il brand Artengo di Decathlon, grazie a un messaggio personalizzato con grafica e contenuto coerenti. In sole due settimane sono stati raggiunti 32.000 tennisti.

Criteo è touch-point nel 5,7% delle conversioni ed è il last touch-point nel 2,7%. La partnership con Criteo ha portato anche a notevoli vantaggi economici: nel primo trimestre del 2017 Criteo è riuscita a ottimizzare l'incremento del 3% del budget di Decathlon con un aumento del 13% delle conversioni e del 40% dei clic. Grazie al cross device di Criteo Decathlon ha ottenuto inoltre il 17% di vendite incremental*.

*All the figures comes from Décathlon, for Criteo case study : <https://www.criteo.com/it/success-stories/decathlon/>

Alessandro Richichi, Traffic Manager di Decathlon Italia, ha dichiarato: “Collaboriamo con Criteo da diversi anni e siamo sempre riusciti a raggiungere i nostri obiettivi sia in termini di volumi che di ROI. Quando chiediamo a Criteo di spingere sulle conversioni o sul traffico, vediamo sempre ottimi risultati. Lavorare con Criteo significa ottimizzazione degli investimenti e personalizzazione della customer experience.”

Jérémy Direz, Campaign Manager di Decathlon Italia, ha aggiunto: “Lavorare con Criteo significa risultati chiari, competenza e professionalità. In pratica efficienza.”

Alberto Torre, Managing Director di Criteo Italia, ha commentato: “Decathlon Italia rappresenta per Criteo il cliente ideale, un vero partner con il quale stiamo sperimentando un percorso che ci ha portato a crescere insieme. Grazie alla collaborazione fra i team, ci auguriamo di continuare a proporre ai clienti di Decathlon campagne sempre più personalizzate e innovative.”

La prossima grande sfida per Decathlon sarà l’integrazione del canale online con quello off-line. Integrando le informazioni nei diversi canali all’interno delle campagne di Criteo, ottimizzeremo la customer experience dei clienti e aumenteremo ulteriormente le conversioni. La speranza di Decathlon per il futuro è di rendere lo sport accessibile al maggior numero di persone possibile.

A questo link è disponibile il video case study: <https://www.criteo.com/it/success-stories/decathlon/>

###

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

