



[Commerce & Digital Marketing Outlook](#): le previsioni di Criteo per il 2018

Milano, 9 gennaio 2018 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), azienda tecnologica specializzata in Commerce Marketing, ha presentato gli otto trend che caratterizzeranno il mercato del marketing e del commercio digitale nel 2018: un Vibrant Future per Criteo e i brand e i retailer che desiderano realizzare campagne sempre più personalizzate e stimolanti.

Il mondo del commercio sta cambiando rapidamente e in modo radicale. I dati dei clienti, sia online che offline, sono diventati la risorsa fondamentale per comprendere e connettersi efficacemente con l'audience multicanale. La search online e il voice shopping richiedono un approccio diverso ai contenuti, così come le iniziative di data collaboration e di integrazione fra offline e online rendono necessaria un'innovazione mai vista prima.

Queste e altre tendenze sono state identificate da Criteo, grazie alla conoscenza del mercato maturata tramite le relazioni dirette con più di 17.000 advertiser e centinaia di editori.

Queste le previsioni contenute nel report [Commerce & Digital Marketing Outlook 2018](#):

1. **Lo scontro per i video si fa sempre più duro.** La percentuale del tempo trascorso sui video aumenta e per questo tutti i player stanno investendo su contenuti video di qualità premium. Il mezzo diventa sempre più strategico per generare conversioni e lo scontro fra advertiser si fa sempre più duro.
2. **È tempo di voice shopping.** La ricerca di Criteo commissionata a Kantar/Millward Brown "[Trade Marketing in Transition](#)" dimostra che i device a comando vocale e gli assistenti personali saranno le tecnologie più promettenti dei prossimi due anni. Gli smart speaker, grazie alle frequenti interazioni, consentiranno infatti di raccogliere dati sugli interessi dei consumatori in modo semplice e veloce, e di offrire nuovi servizi e prodotti rilevanti.
3. **Il confine sottile fra commerce e social.** Marketplace di Facebook e Spark di Amazon sono due esempi di come lo stile social all'acquisto stia penetrando in tutti i settori. Le aziende dovranno tenere conto di queste tendenze quando prepareranno i piani di marketing.

4. **La convergenza fra offline e online.** I retailer che hanno uno store fisico stringeranno partnership tecnologiche per utilizzare al meglio i dati CRM in-store per coinvolgere i consumatori online con campagne di re-ingaggio. Allo stesso tempo i principali retailer offriranno nuovi servizi per il ritiro negli store di prodotti acquistati online.
5. **La collaborazione fra brand e retailer e la condivisione dei dati.** Lo studio di Forbes Insights [“The Commerce Data Opportunity: Collaboration Levels the Retail Playing”](#) ha rilevato che 3/5 dei retailer fanno già parte di un cooperativa di dati e stanno collaborando su un pool di dati per essere più in sintonia con i consumatori e rimanere competitivi.
6. **Gli advertiser si focalizzeranno sui product feed.** I brand presteranno maggiore attenzione alla gestione del loro catalogo online e si affideranno a fornitori in grado di migliorare la qualità degli asset digitali, come immagini, video e descrizione di prodotti innovativi.
7. **Il GDPR consentirà ai marketer di comprendere e utilizzare i dati al meglio.** Garantendo una maggiore protezione dei dati personali, il GDPR rinnoverà la fiducia dei consumatori, recando beneficio ai marketer che offrono trasparenza nella gestione dei dati.
8. **Aumento di acquisizioni e partnership.** Molti retailer online e aziende sigleranno partnership strategiche per restare competitivi e rafforzare il proprio modello di business, in particolar modo per integrare il retail online con l’offline.

###

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 17.000 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