



Il tuo foglietto per gli appunti sul retargeting: Quello che ogni marketer dovrebbe sapere

Stai cercando rapide informazioni sul retargeting? Sei nel posto giusto.



Che cos'è il retargeting?

Il retargeting è una forma di pubblicità che aiuta i brand a coinvolgere nuovamente gli utenti che hanno lasciato i loro siti Web senza effettuare acquisti. A differenza dei banner pubblicitari, gli annunci retargeting sono diretti a persone che hanno già visitato il tuo sito Web. La pubblicità retargeting, una tecnologia basata su pixel, segue in modo anonimo la tua audience, lungo tutto il suo percorso online, per farne poi oggetto di offerte personalizzate di prodotti.



Come funziona?

In questo tipo di retargeting, un pezzettino di codice (o "pixel") lascia un cookie anonimo di browser, non rilevabile, per ogni visitatore che si trova a navigare nel tuo sito. Quando questo stesso visitatore lascia il sito o naviga sul Web in un momento successivo, la tecnologia del tuo fornitore di retargeting decide quale pubblicità mostrargli, in base al suo precedente comportamento.



Perché può essere importante per me?

Fino al 98% dei consumatori lascia il tuo sito senza aver effettuato acquisti. Il retargeting è efficace per convertire in acquisti le visite di questi utenti, perché si focalizza su persone che di recente hanno mostrato interesse per particolari prodotti. Con il retargeting la maggior parte dei retail marketer ottengono un ROI elevato, poiché focalizza il tuo investimento pubblicitario sui consumatori più attivi.



Con chi posso parlare?

Un partner tecnologico, con competenze sofisticate di machine learning, può creare quel genere di annunci ultra-personalizzati ed efficaci in grado di convertire un numero più elevato di consumatori in clienti, stimolando le vendite - con percentuali che nessuna persona può eguagliare. Vuoi sapere come il retargeting può aiutarti a raggiungere i tuoi obiettivi commerciali? Tanto per cominciare, mandaci un messaggio all'indirizzo info@criteo.com.