

A young boy with dark hair is looking down into an open cardboard box. The scene is set in a dark room, likely at night, with festive lights and bokeh effects in the background. The boy's face is illuminated from above, and the box is lit from within, creating a warm glow. The overall atmosphere is one of anticipation and discovery.

# Праздничная email рассылка Исследование 2019

Почему пользовательский опыт как никогда важен

1

Меняем представление  
о ритейле в праздники

2

Наука и искусство  
пользовательского  
опыта

3

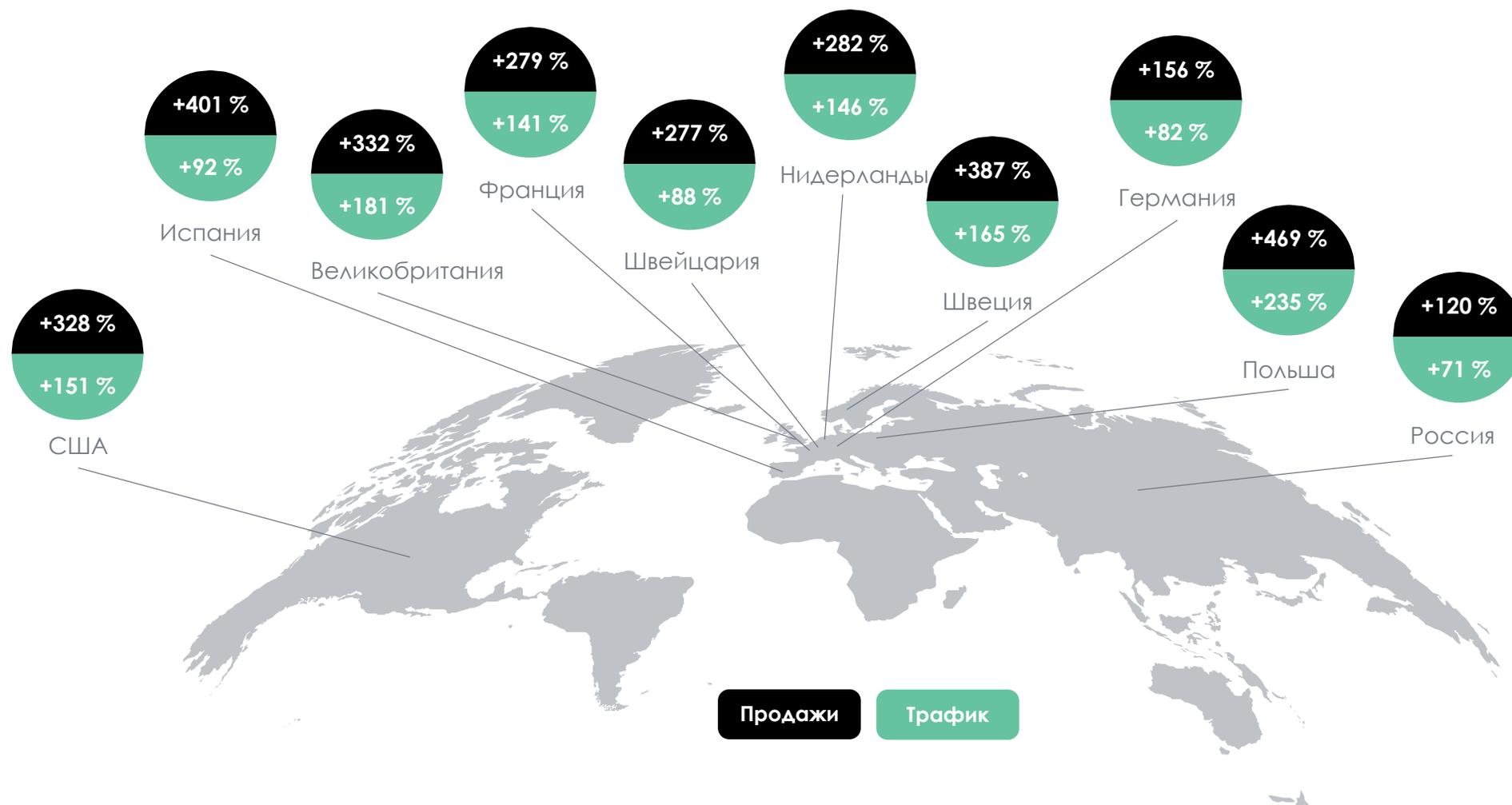
Пользовательский опыт  
= Конверсия

A warm, golden-toned photograph of two women sitting on a striped sofa. One woman is hugging the other from behind, and she is holding a gift box. The scene is bright and festive. There are decorative circular elements: a large blue circle with a gold glitter segment on the left, and a smaller gold glitter circle with the number '1' in the center.

1

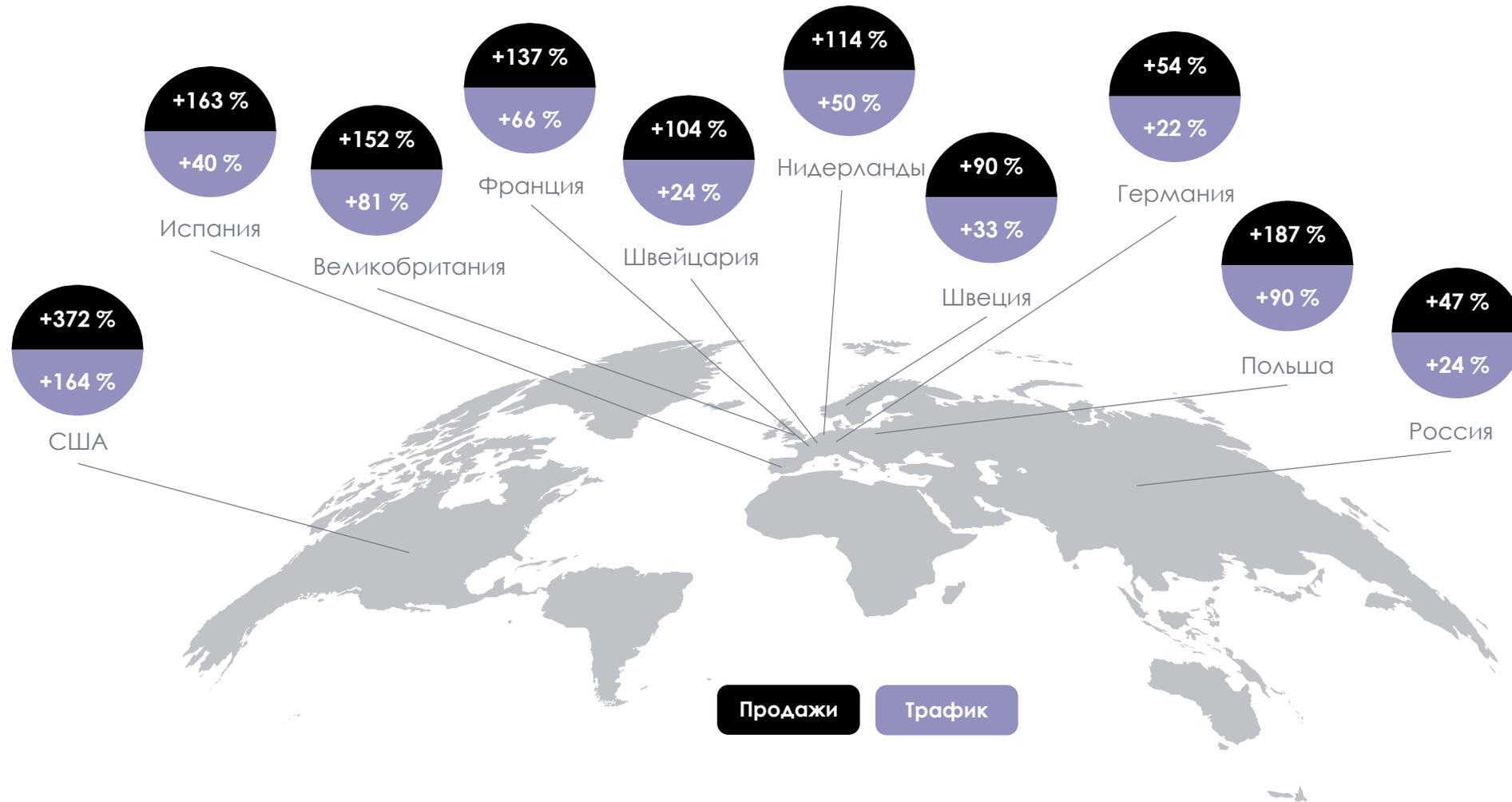
**Меняем представление о  
ритейле в праздники**

# Черная пятница 2018 по всему миру



Источник: индексированные значения, основанные на среднем количестве продаж и посещений в день в первые 4 недели октября 2018. Данные Criteo, весь ритейл по всему миру.

# Киберпонедельник 2018 по всему миру



Источник: индексированные значения, основанные на среднем количестве продаж и посещений в день в первые 4 недели октября 2018. Данные Criteo, весь ритейл по всему миру.



КОМУ:  
МАРКЕТОЛ  
ОГАМ

Повышайте  
узнаваемость  
бренда



ОТ КОГО:  
CRITEO

Увеличивайте  
трафик

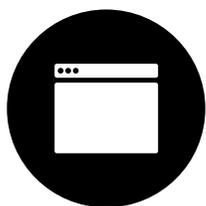


КОМУ:  
РИТЕЙЛЕРА  
М

Получите  
больше  
продаж

# Как узнают о компаниях

Где маркетологи продвигают свои товары



74 %

Сайты ecommerce



56 %

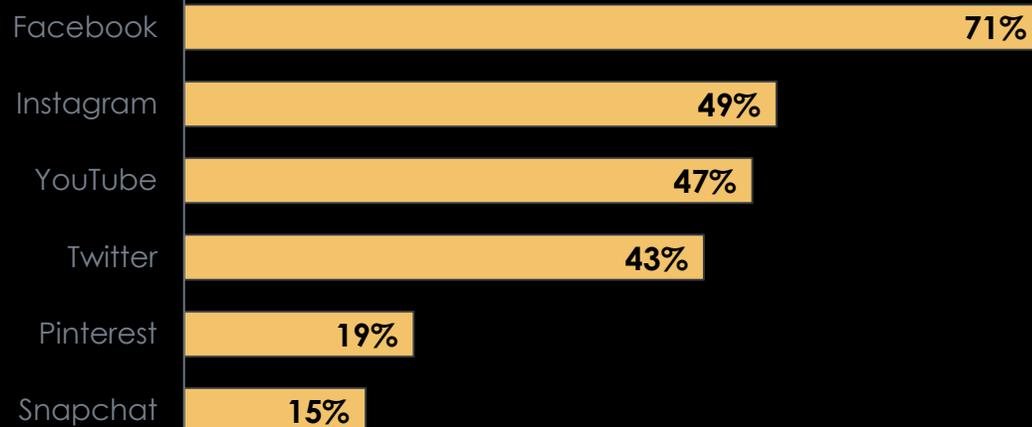
Мобильные приложения



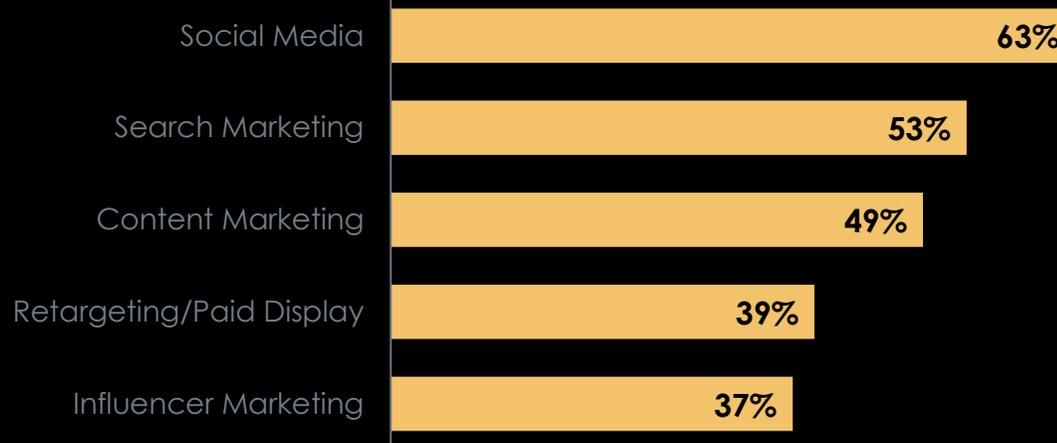
48 %

Офлайн магазины

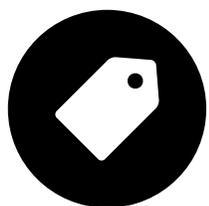
## Процент маркетологов, использующих социальные сети как каналы для повышения узнаваемости бренда



## Процент маркетологов, использующих определенные каналы для повышения узнаваемости бренда



# Возможности повышения лояльности в праздники



73 %

покупателей в США готовы рассмотреть  
новый бренд во всех категориях покупок



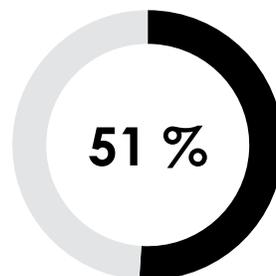
64 %

британских покупателей согласны

## Предлагайте нечто большее

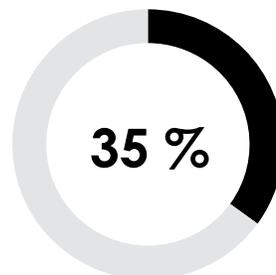
США

1 из 6



каждый шестой  
покупатель прекращает  
покупать товары бренда,  
потому что ценности  
бренда не  
соответствовали его  
личным убеждениям

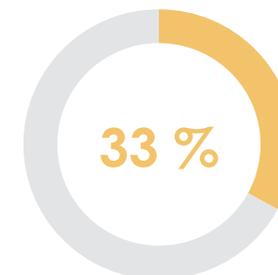
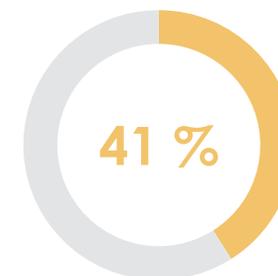
отметили, что ценности  
бренда влияют на их  
решение о покупке



покупателей более  
склонны в будущем  
выбирать товары брендов

Великобритания

1 из 8



# Создание ценностей бренда



Определите  
ценности вашего  
бренда

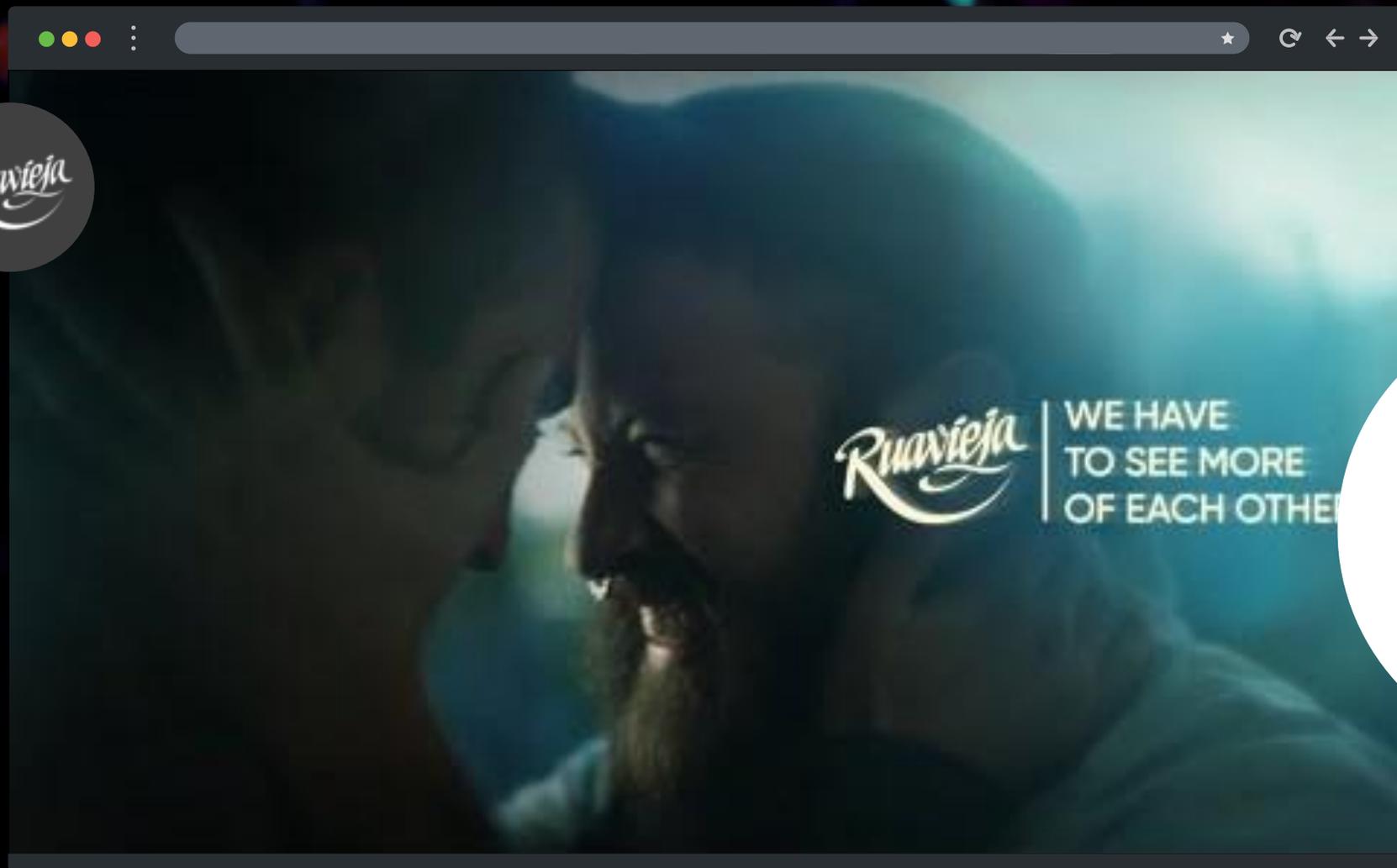


Не гонитесь за  
модой



Инвестирование в  
соответствующие  
вещи

# Праздничная кампания о том, что наиболее важно в жизни



“

Наш бизнес не сосредоточен на товарах. Мы фокусируемся на **впечатлениях**.

- Джефф Дженнет, MACY'S

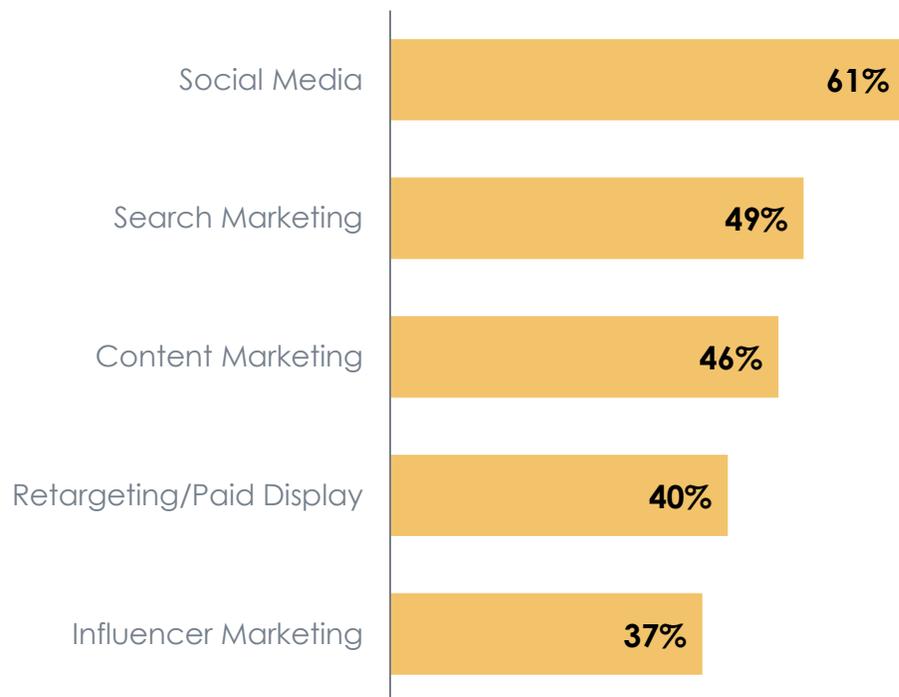


2

**Наука и искусство  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА**

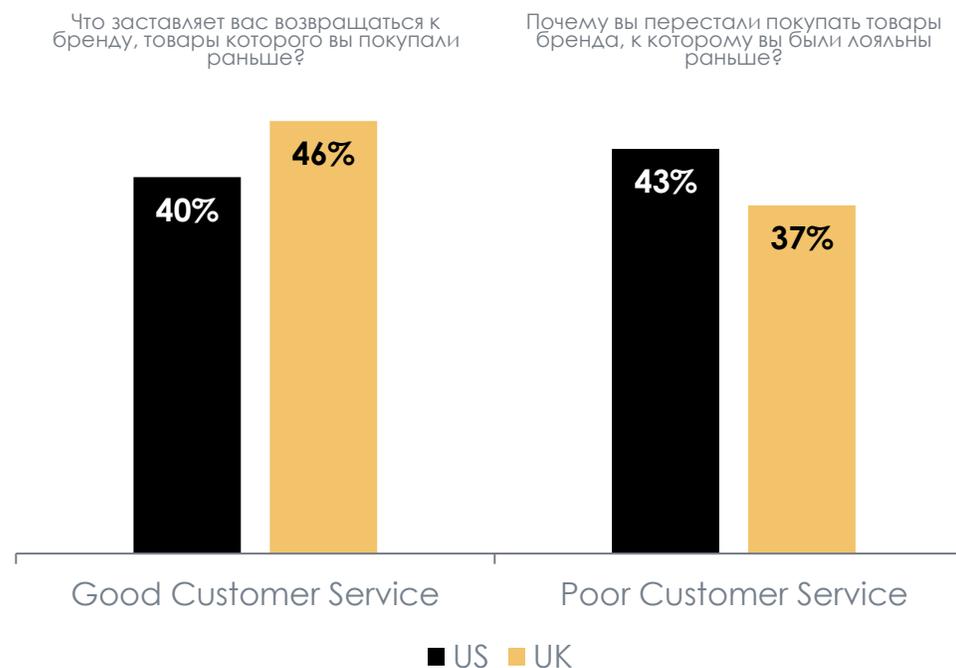
# Как улучшить конверсию

## Как маркетологи ведут Consideration кампании



Источник: исследование Criteo «Full-Funnel Marketing 2020» США и Великобритания, апрель 2019, выборка n=307.

## Как клиентский сервис может повысить или понизить лояльность



Исследование Criteo «Почему мы покупаем» США, февраль 2019, выборка n=1 003 и исследование Criteo «Почему мы покупаем» Великобритания, март 2019, выборка n=1 020.

# Оптимизируйте страницы товаров на вашем сайте

Используйте  
только  
качественные  
фото товаров.

Оптимизируйте свой  
мобильный сайт.



Предоставляйте  
подробную  
информацию о  
товарах.

Используйте  
лаконичный СТА.

Добавьте  
возможность  
оставлять  
отзывы о товаре.

Предлагайте похожие  
или комплиментарные  
товары.

# Пользовательский опыт как важный аспект конверсии



“

Современные пользователи не просто покупают товары и услуги – их решения о покупке все чаще вызваны определенной идеей и **ОПЫТОМ**.

- MCKINSEY

3

Пользователь-  
ский опыт

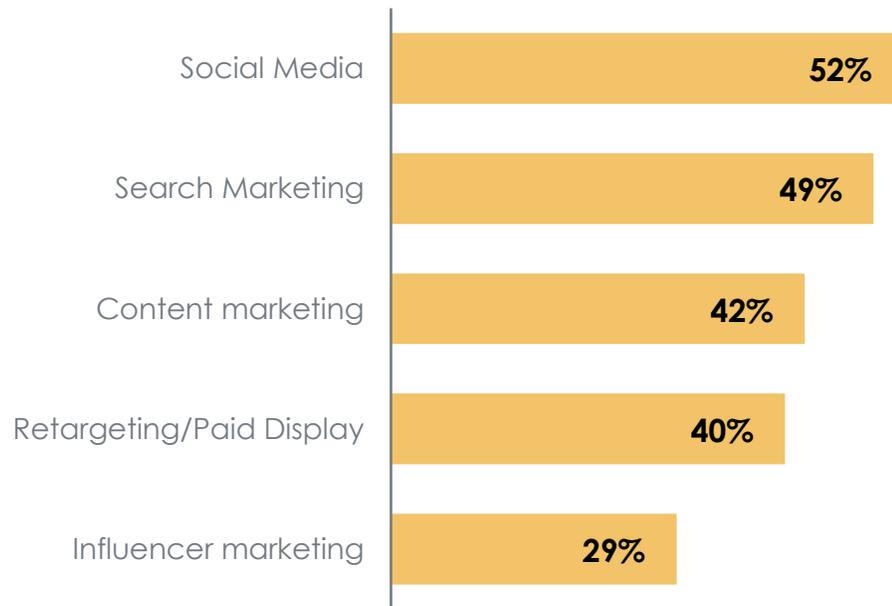
=

Конверсия



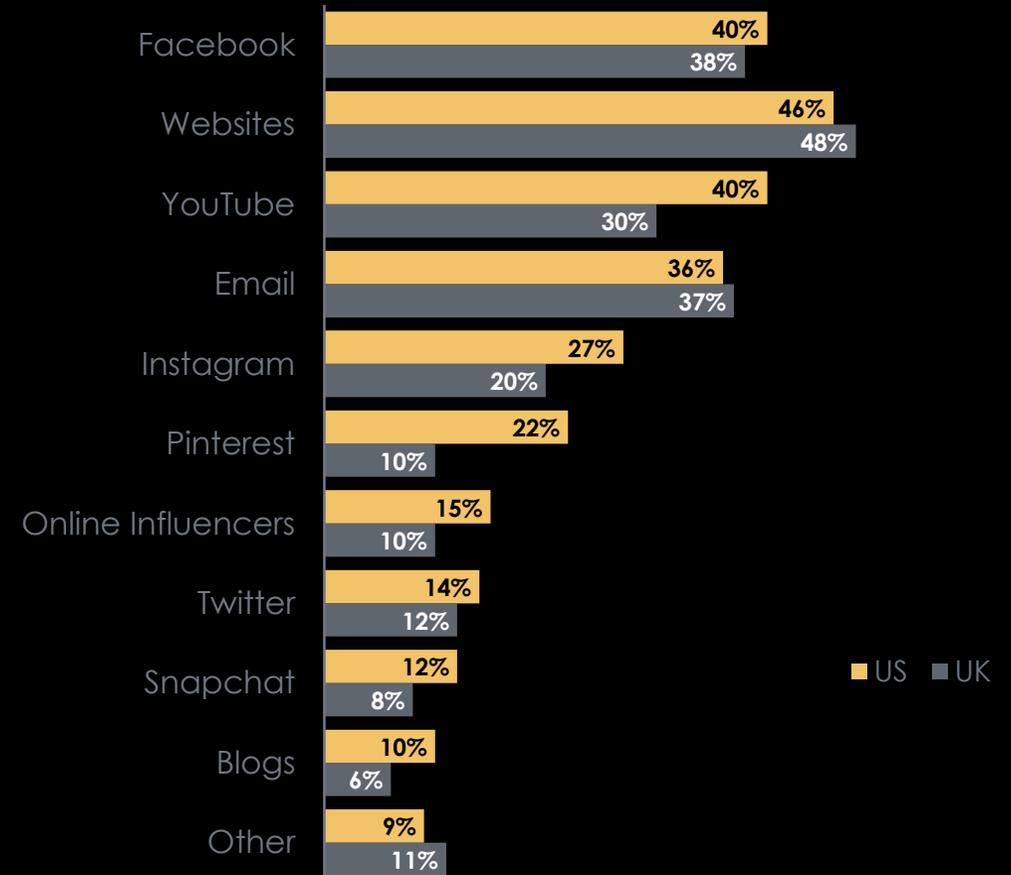
# Больше конверсий в праздничный сезон и после

## Как маркетологи ведут Conversion кампании



Источник: исследование Criteo «Full-Funnel Marketing 2020» США и Великобритания, апрель 2019, выборка n=307.

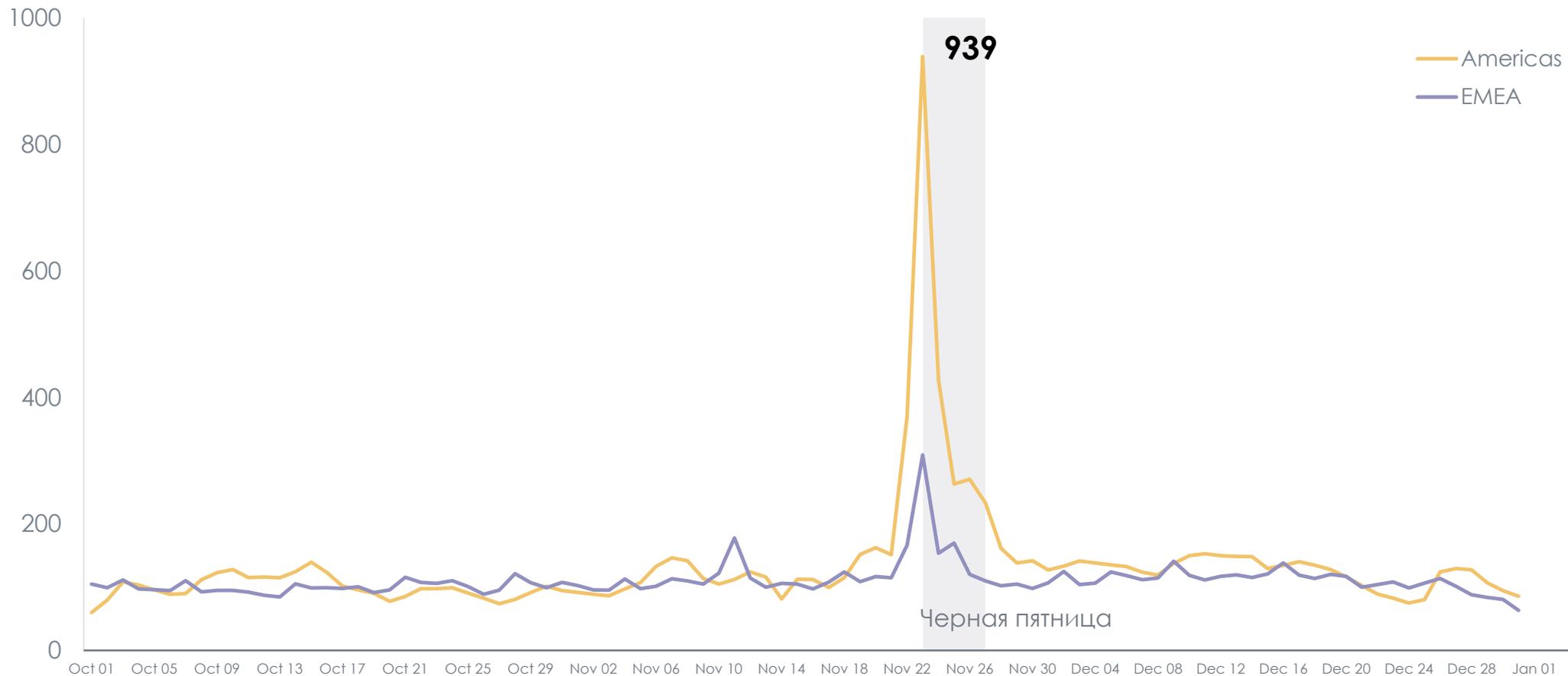
## Какие digital каналы помогают вам узнавать о новых брендах?



Источник: исследование Criteo «Почему мы покупаем». США, февраль 2019, выборка n=1 003, Великобритания, март 2019, выборка n=1 020.

# Не забудьте о приложении

Индекс дневных продаж в приложениях



Источник: индексированные значения, основанные на среднем количестве продаж в день в первые 4 недели октября 2018. \*данные Criteo, все ритейлеры по всему миру

# Исследования показывают, что релевантность имеет значение. Большое значение.



## Consideration

48 %

нравится реклама, которая помогает им находить новые товары.

## Пользовательская лояльность

60 %

снова покупают товары компании, получив персонализированную и релевантную скидку.

## Клиентский сервис

57 %

не нравится видеть на страницах сайтов слишком много баннеров.

46 %

не нравится реклама, которая показывает неинтересные товары

24 %

не нравится реклама, которая показывает уже купленные товары

# Конверсия в действии



“

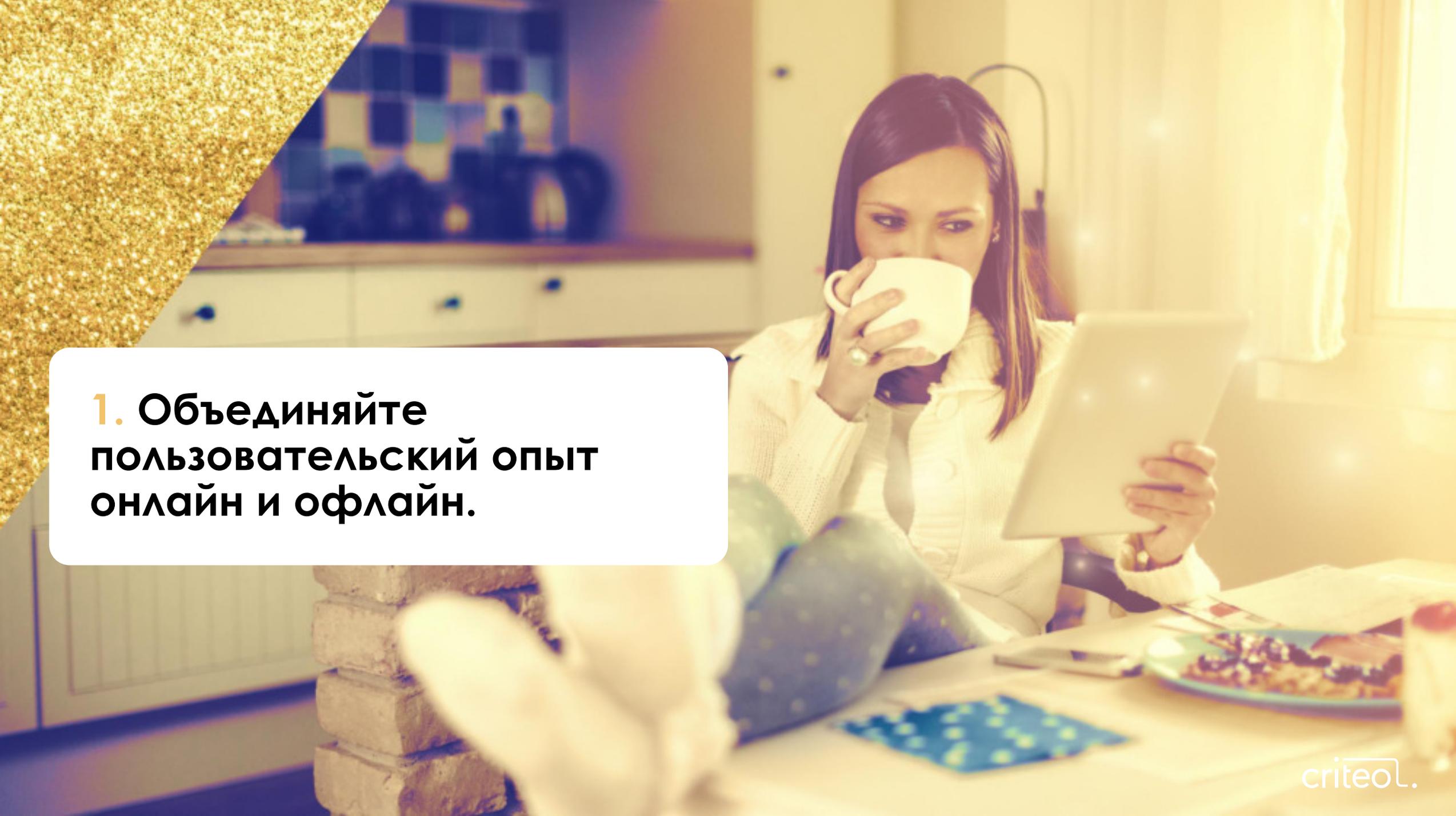
К 2020 году пользовательский опыт превзойдет по важности ценовую политику и качество товаров и станет ключевым фактором при выборе бренда.

- WALKER

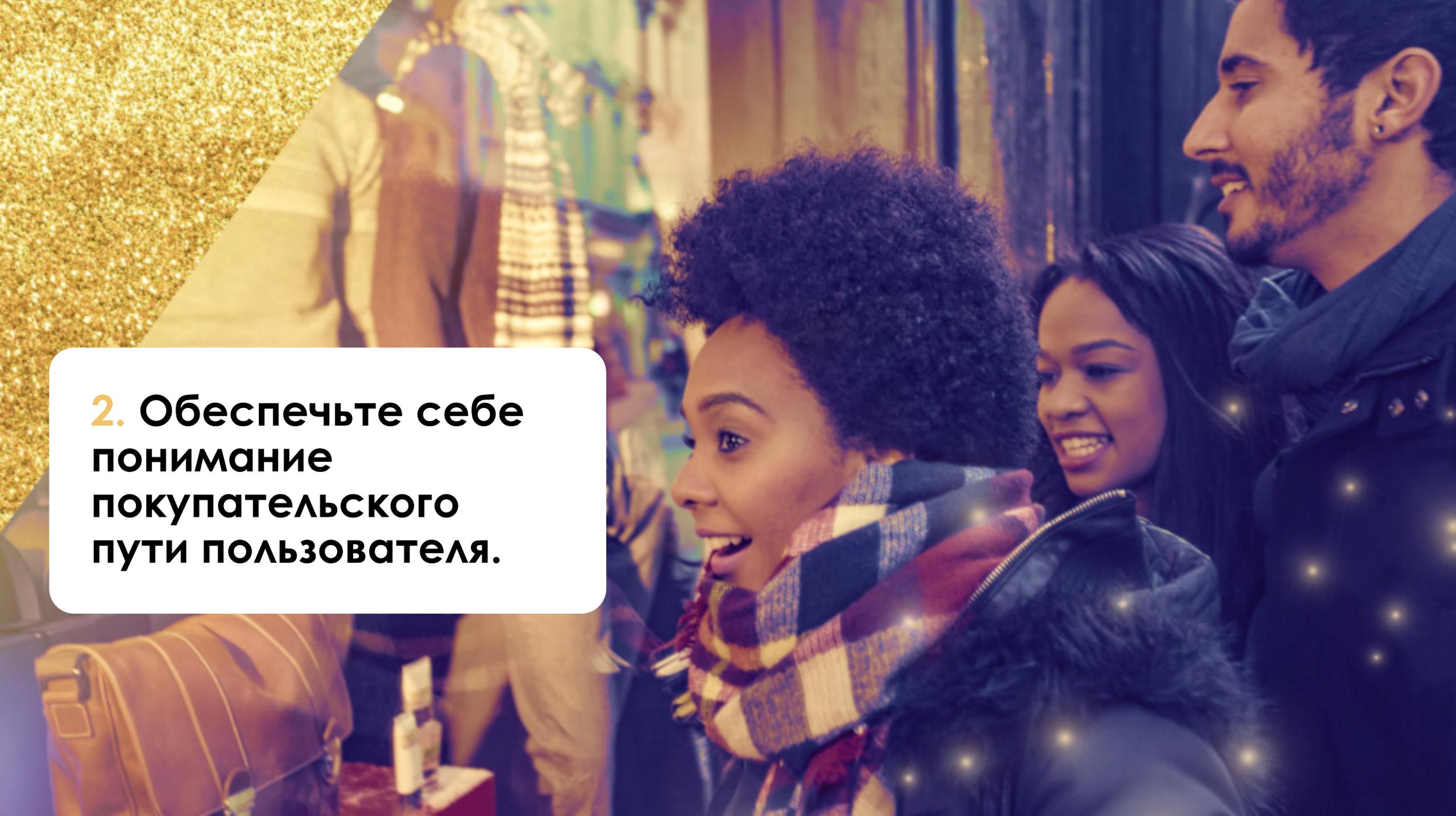


5

**Способов улучшить  
пользовательский опыт**



**1. Объединяйте  
пользовательский опыт  
онлайн и офлайн.**

A group of people in a clothing store. In the foreground, a woman with a large afro hairstyle is looking to the left with a surprised and excited expression. Behind her, another woman is smiling. To the right, a man with a beard is looking towards the left. The background shows clothing racks and a mannequin. The scene is lit with warm, golden light, and there are some bokeh light effects in the lower right corner.

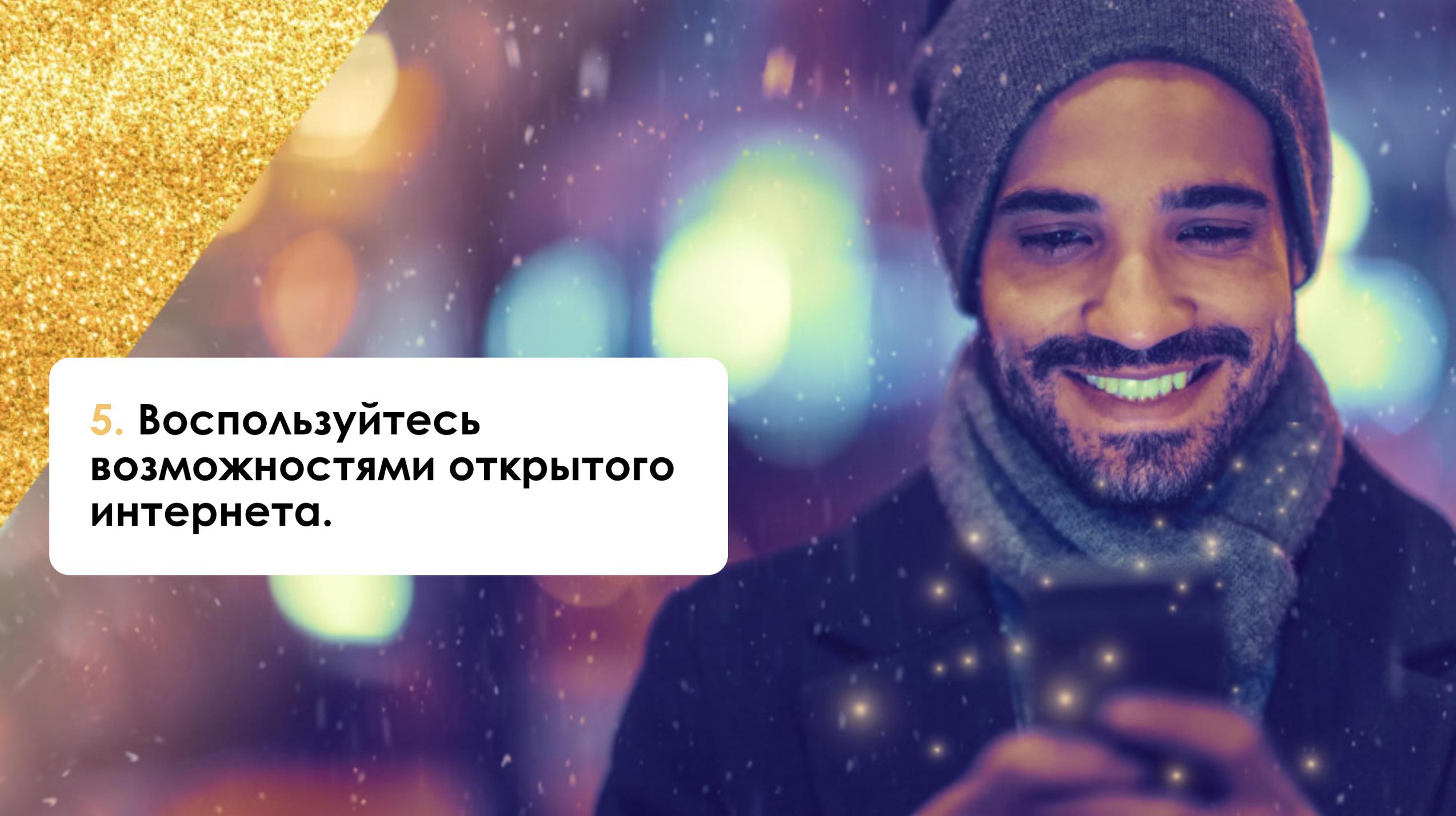
**2. Обеспечьте себе  
понимание  
покупательского  
пути пользователя.**

A photograph of a family in a living room. An older man is sitting in a chair, smiling broadly while holding a video game controller. A young woman is lying on the floor, also smiling and holding a controller. In the background, a dog is sitting on a blue sofa. The room is decorated with warm lights and a purple pillow. A large, golden, shimmering graphic element is on the left side of the image.

**3. Оптимизируйте каждый этап взаимодействия.**

A photograph of two women in a shop, both wearing blue aprons. They are smiling and looking at a small jar of product. The woman on the left is holding the jar, and the woman on the right is holding a small object. The background shows shelves with various jars and products. A gold glittery triangle is in the top left corner.

**4. Пересмотрите  
покупательскую  
ЛОЯЛЬНОСТЬ.**

A man with a beard and mustache, wearing a grey knit beanie and a grey scarf, is smiling and looking down at a smartphone he is holding. The background is a bokeh of colorful lights in shades of blue, green, and purple, with a golden, glittery triangular shape in the top-left corner. The overall mood is festive and warm.

**5. Воспользуйтесь  
возможностями открытого  
интернета.**

# Рекламная платформа Criteo позволяет создать full-funnel покупательский путь в праздничный сезон.

Получите доступ к крупнейшему в мире массиву покупательских данных Criteo Shopper Graph, который объединяет три типа данных:



**Данные о  
покупательских  
профилях с более чем  
4 миллиардов  
устройств**



**Данные о  
покупательских  
намерениях 1.9  
миллиардов активных  
пользователей в месяц**



**Данные о e-commerce  
продажах на сумму  
более \$800 миллиардов  
в год**

**Готовы получить максимум  
от улучшенного  
пользовательского опыта в  
праздники?**

**Свяжитесь с  
нами.**

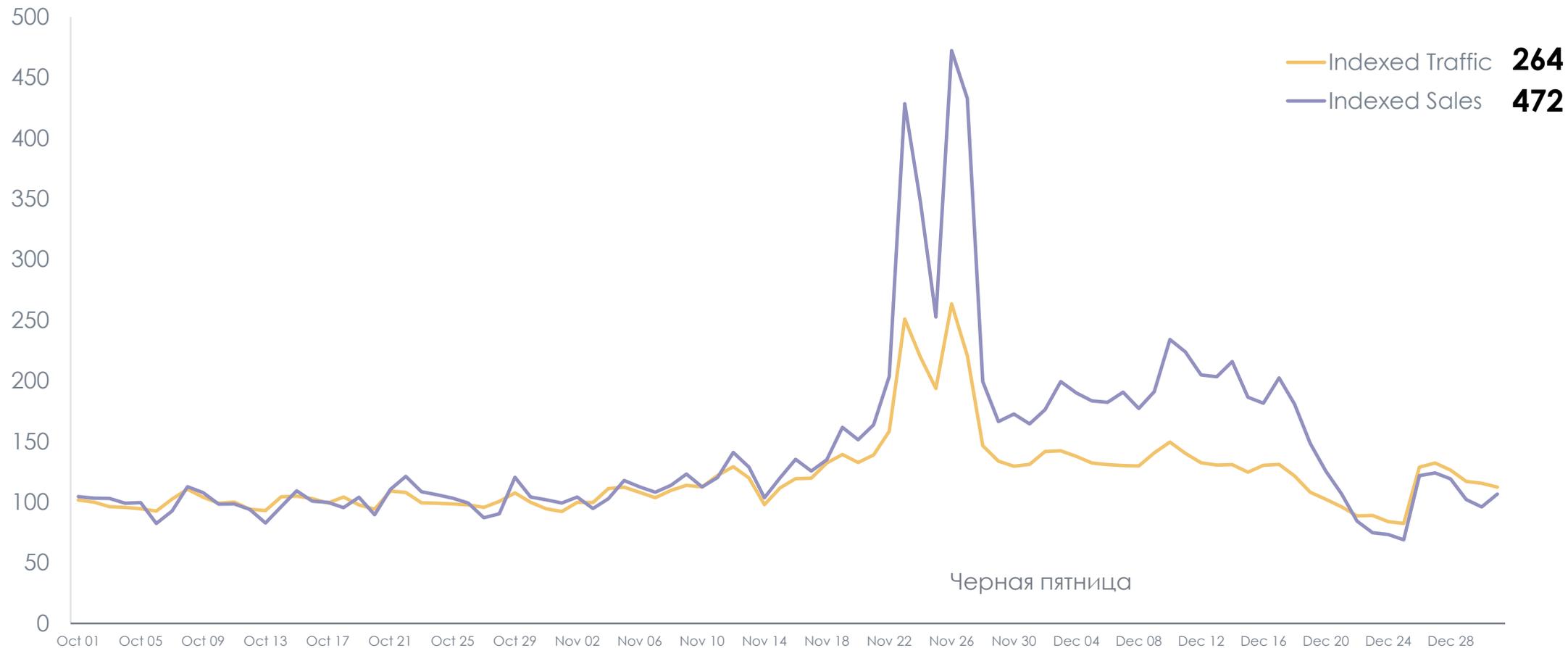
**Спасибо!**

criteo.

# Слайды с дополнительной информацией

# В США в Черную пятницу рост продаж составил 328 %

Индексированные трафик и продажи в США



# В США число продаж в Черную пятницу значительно возрастает для множества категорий товаров

Индексированные продажи в день по категориям, США

