

Criteo: итоги года и результаты Black Friday в России

- Рост продаж в Черную пятницу увеличился на 128 %
- Конверсия по каналам Criteo выросла в 2 раза
- Продажи детских товаров увеличились в 2,5 раза
- Продажи смартфонов возросли в 2 раза
- Продажи женской одежды увеличились в 5 раз

Москва, 16 декабря 2016г. – [Criteo](#), лидер мирового рейтинга по размещению персонализированной эффективной медийной рекламы, озвучила результаты деятельности в России и представила итоги Black Friday 2016.

По данным компании Criteo, прошедшая Чёрная Пятница способствовала увеличению роста продаж на 128%. За день до официального старта акции, в четверг, рост продаж достиг 83% по сравнению со среднемесячными показателями. В свою очередь, конверсия по каналам Criteo выросла в два раза. Самыми востребованными товарами оказались детские игрушки, их продажи увеличились в 2,5 раза, смартфоны – в 2 раза. Женская одежда пользовалась особой популярностью у покупателей, рост продаж в этом сегменте вырос в 5 раз по сравнению с обычным периодом.

Дирк Хэнке, управляющий директор Criteo по Восточной Европе и региону MEA рассказал о стремительном росте Criteo в России:

“Criteo в России – это интересная история успеха. Вместе с Эмином Алиевым, управляющим директором Criteo Россия, который присоединился к нам в начале 2014 года, мы открыли наш первый офис в Москве. В то время в компании работало всего 4 человека. С тех пор бизнес Criteo непрерывно развивался. Мы переехали в новый просторный офис в центре столицы, сейчас в компании работает 38 человек. Однако мы не останавливаемся на достигнутом и планируем расширяться до 60 человек. В особенности растет наша команда, ответственная за рост среднего бизнеса. Это связано с тем, что все больше компаний нуждаются в технологиях продвижения товаров в интернете. Среди клиентов Criteo такие крупные игроки рынка как Hoff, LaModa и Wildberries”.

Criteo считает российский рынок одним из наиболее стратегически важных. За третий квартал 2016 года регион EMEA вырос на 27%. Несмотря на сложную экономическую ситуацию в России, Criteo наблюдает быстрые темпы роста. В связи с этим были озвучены основные факторы успеха бизнеса.

В первую очередь, Criteo привлекает клиентов способностью вести эффективные рекламные кампании в интернете. Ценность маркетингового решения заключается в предоставлении рекламодателям возможности постоянно наращивать продажи. Благодаря системе пост-оплаты за клик рекламного объявления Criteo, клиент



может измерять уровень реализованных продаж. Именно поэтому в течение последних лет коэффициент удержания клиентов остается на уровне 90%.

Помимо этого, существенным преимуществом технологий компании является сервис Universal Match, позволяющий клиентам получать доступ к потребителю вне зависимости от устройства или платформы, с помощью которой он заходит в сеть. В любом случае, пользователь увидит персонализированную рекламу, созданную благодаря анализу его потребительского поведения.

Компания Criteo также определила главные направления развития в 2017 году. В первую очередь, будет сделан фокус на привлечение новых клиентов и увеличение показателей уже существующих партнеров. Стоит отметить, что большое внимание компания уделит использованию мобильных технологий, на которые сегодня приходится 57% доходов по всему миру.

О компании Criteo:

Criteo (NASDAQ: CRTO) предоставляет услуги по размещению персонализированной эффективной медийной рекламы. Компания измеряет эффективность размещений по пост-клик продажам, что делает ROI прозрачным и простым в отслеживании. Criteo насчитывает 2000 сотрудников в 31 офисе по всему миру и обслуживает 12 000 рекламодателей, а также имеет прямые связи с 17 000 площадок. Более подробную информацию о компании вы можете найти на сайте: www.criteo.com/ru

Пресс-служба:

Татьяна Сердюкова | Buman Media

E-mail: tatiana_s@bumanmedia.ru

Тел.: +7 925 701 77 47; +7 968 690 50 61