



Новое решение Criteo Direct Bidder помогает издателям увеличить выручку от продажи рекламы через систему Criteo в среднем на 20%

Новое решение компании - технология автоматизированных закупок рекламы нового поколения - предлагает издателям прямой канал к постоянно обновляемому пулу спроса Criteo и отличается высоким удобством интеграции

НЬЮ-ЙОРК, 23 мая 2017 года – Компания [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), лидер мирового рейтинга по размещению персонализированной эффективной медийной рекламы, объявила о запуске нового продукта Criteo Direct Bidder, технологии программируемой закупки рекламы нового поколения, которая позволяет напрямую связывать предложения издателей с пулом спроса от обширной клиентской базы Criteo, насчитывающей более 15 000 заказчиков по всему миру. Это решение позволяет издателям извлечь максимальную пользу из своего инвентаря за счет нового прямого канала, обеспечивающего доступ к постоянно обновляемой базе спроса в Criteo. С помощью этой технологии Criteo получает возможность в прозрачном режиме транслировать издателям предложения рекламодателей о покупке рекламы, позволяя тем самым увеличить выручку издателей на 20%. В то же время Criteo способствует увеличению доходности продаж для своих рекламодателей. В рамках программы раннего перехода Criteo уже перевела более 250 своих крупнейших премиум-издателей по всему миру на платформу Criteo Direct Bidder.

Технология Criteo Direct Bidder позволяет напрямую связывать имеющийся у издателя инвентарь и спрос рекламодателей, зарегистрированных в Criteo. Таким образом, эта технология формирует экосистему, обуславливающую благоприятный цикл возможностей для всех сторон. Издатели получают возможность наращивать выручку и выигрывают от повышения прозрачности процесса, поскольку технология позволяет получать точечные предложения и помогает лучше понимать всю ценность каждого показа. В то же время, благоприятный цикл возможностей действует и в отношении работающих с Criteo рекламодателей: расширенный доступ к инвентарю и повышение эффективности медийных закупок позволяет им в полной мере реализовать весь потенциал рекламных кампаний и увеличить возврат от своих маркетинговых инвестиций.

"Технология Direct Bidder уже дает вполне ощутимые положительные результаты для тех первых компаний, которые уже используют ее в своей работе, – говорит Марк Грабовски (Marc Grabowski), исполнительный вице-президент по глобальным поставкам и развитию бизнеса в Criteo. – Издатели, уже начавшие использовать на платформу Criteo Direct Bidder, зафиксировали увеличение доходов от продажи рекламы на Criteo в среднем на 20%. Преимущества получают и рекламодатели – в виде более высокой отдачи от размещения рекламы. Повышение производительности и эффективности в сочетании с



более высоким уровнем прозрачности от работы с Direct Bidder выгодно для всех – и для издателей, с которыми мы работаем, и для наших клиентов, и для нас самих".

"Мы высоко ценим усилия Criteo, одной из первых компаний, которая начала работу с технологией Header Bidding, за то, что они продолжают совершенствовать свои решения, реализуя в них передовые практики индустрии рекламы, – говорит Стефани Лейсер (Stephanie Layser), директор по рекламным технологиям в NewsCorp. – Новая разработка позволяет паблишерам вновь обрести контроль над своим инвентарем, а также способствует повышению конкуренции среди источников спроса и увеличивает отдачу от рекламы".

"Наша цель заключается в создании единой аукционной платформы для всего пула спроса от рекламодателей, и появление технологии Criteo Direct Bidder позволяет нам реализовать эту задумку, – говорит Поль де ля Нужеред (Paul de la Nougerede), директор по коммерческим продуктам в The Telegraph. – На наш взгляд, технологии прямых закупок обеспечивают более эффективные решения для наших партнеров, и мы рады, что Criteo разделяет нашу позицию".

Благодаря технологии Criteo Direct Bidder издатели получают комплексное и универсальное решение для максимальной эффективности монетизации всего своего инвентаря – в виде показов и нативных единиц – как на настольных ПК, так и на мобильных устройствах, а также показов контента для пользователей с заблокированной рекламой. В то же время, все эти преимущества достигаются без увеличения средних показателей CPM и без дополнительных издержек по привлечению трафика. В результате рекламодатели, сотрудничающие с Criteo, имеют доступ к самому качественному инвентарю на всех платформах и во всех форматах, что позволяет им получить максимальную отдачу от своей кампании. Criteo стремится быть лидером в области высокоэффективного маркетинга, предлагая экосистему, которая позволяет напрямую соединить спрос и предложение во благо всех заинтересованных сторон.

"Поскольку паблишерам, в первую очередь, важно добиться оптимальной отдачи от показа контента, они весьма избирательны при отборе тех покупателей, профили которых они включают в свои заголовки, – говорит Карстен Вейде (Karsten Weide), программный вице-президент подразделения Media & Entertainment в исследовательской фирме IDC. – Издатели будут отдавать предпочтения тем партнерам, которые обеспечивают максимальную прозрачность операций, четкий спрос, техническую эффективность и более высокие показатели CPM".



По сравнению с предыдущим решением Criteo Real-Time Audience, технология Criteo Direct Bidder обеспечивает издателям следующие преимущества:

- **Гибкая конфигурация для максимальной эффективности.** Технология позволяет уйти от негибких сделок, предусматривающих фиксированный ответ "да" или "нет", и использовать точные значения, что способствует увеличению продаж на 20%, повышению объема продаваемой рекламы и конкуренции в рамках сервера, что в конечном итоге позволяет оптимизировать ценности показов для всех 15 000 рекламодателей, работающих с Criteo по всему миру.
- **Возможности масштабирования и оптимизация скорости работы.** Direct Bidder обеспечивает моментальную реакцию за счет прямого подключения к глобальной распределенной сети Criteo, насчитывающей более 21 000 принадлежащих компании серверов, что обеспечивает молниеносную реакцию и позволяет обрабатывать более 120 млрд запросов каждый день.
- **Гибкая и прозрачная интеграция.** Технология позволяет получить доступ к уникальному пулу спроса Criteo, используя для этого либо стандартный метод интеграции, либо через существующий механизм работы с заголовками Index или Prebid. Технология Criteo Direct Bidder помогает публичерам адаптироваться к динамично меняющимся требованиям рынка programmatic рекламы.

Помимо этих перечисленных преимуществ технология Criteo Direct Bidder предусматривает:

- **Увеличение выручки за стандартные показы рекламы (display ads) и нативные единицы (native units).** Технология позволяет издателям отказаться от отчислений посредникам и получать максимальную выгоду от стандартных показов рекламы и от продажи нативных юнитов, которые приобретаются непосредственно Criteo.
- **Возможность монетизации пользователей, установивших блокировку рекламы.** Criteo Direct Bidder предусматривает эффективный механизм для монетизации показов контента пользователям с заблокированной рекламой.
- **Сопоставление и выбор профиля пользователя в режиме реального времени.** Технология позволяет сопоставлять профили пользователей по их cookie-файлам, в том числе в браузерах Safari, в результате чего эффективность вложений в рекламу на Criteo возрастает в среднем на 20%.

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.



Контакт для прессы:

Татьяна Сердюкова | Buman Media

E-mail: tatiana_s@bumanmedia.ru

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