

criteo.

Праздничный рекламный календарь

Ваше руководство к действию в сезон распродаж

Что вы найдете внутри:



Сентябрь и
начало октября

Get Ready

- ❑ Максимизируйте эффективность своей кампании
- ❑ Станьте экспертом платформы Criteo Ad Platform



Октябрь и
начало ноября

Start Early

- ❑ Находите и привлекайте новых клиентов
- ❑ Оставайтесь в поле зрения ваших клиентов
- ❑ Обходите конкурентов



Конец ноября
и декабрь

Drive Results

- ❑ Увеличивайте продажи за счет новых клиентов
- ❑ Увеличивайте продажи за счет существующих клиентов
- ❑ Увеличивайте продажи за счет офлайн-клиентов
- ❑ Получите больше прозрачности относительно эффективности кампаний



Конец декабря
и январь

Keep Up the Momentum

- ❑ Стимулируйте лояльность покупателей

В сентябре и начале октября

Максимизируйте эффективность своей кампании

Обратитесь к своему аккаунт-стратегу Criteo, чтобы провести аудит до начала сезона распродаж:

- Технический аудит:** проверьте, все ли в порядке с вашими тегами, каталогом и т.д.
- Оmnиканальный аудит:** проверьте данные из вашего фида офлайн транзакций и прочее для omnиканальных кампаний.
- Креативный аудит:** проверьте динамическую оптимизацию креативов.
- Аудит показателей:** получите инсайты от ваших имеющихся кампаний, проведите A/B тесты и прочее.
- Стратегический аудит:** пересмотрите свою рекламную стратегию для пикового периода и получите рекомендации.

Станьте экспертом Criteo Management Center

Ознакомьтесь со всеми доступными вам инструментами:

- Управление кампаниями:** просмотрите демо-версию для лучшего контроля и понимания своих кампаний.
- Дашборд «Обозреватель аудитории»:** узнайте, какие аудитории имеют наибольшее значение для вашего бизнеса и откройте новые ценные сегменты аудиторий ваших кампаний коммерческих аудиторий Criteo.
- Центр Поддержки Criteo:** получите руководство по созданию и оценке кампаний и ответы на все ваши вопросы. Центр Поддержки Criteo доступен в Management Center.

Get Ready

Привлекайте новых клиентов

Запускайте кампании по привлечению новых пользователей в ваш интернет-магазин и офлайн-точки продаж с помощью разных вариантов аудиторий Criteo:

- ❑ **Коммерческие аудитории:** привлекайте новые аудитории из более 1 000 сегментов рынка, чтобы получить новых клиентов.
- ❑ **Похожие аудитории:** привлекайте новые аудитории, построенные на основе пользователей, чье покупательское поведение похоже на поведение ваших имеющихся пользователей.
- ❑ **Локальные аудитории:** воспользуйтесь данными о геолокации, чтобы привлечь пользователей, находящихся вблизи ваших офлайн магазинов.
- ❑ **Список клиента:** повторно вовлекайте имеющихся пользователей, которые не совершали покупку у вас с момента прошлогодней праздничной распродажи.

Оставайтесь в поле зрения ваших покупателей

Повышайте лояльность, создавая точки контакта с вашими существующими клиентами в праздничный сезон:

- ❑ **Повторно вовлекайте онлайн пользователей:** взаимодействуйте с покупателями, которые недавно посещали ваш магазин или совершали у вас покупку, а также тех, кто всегда покупает ваши товары онлайн в праздничном сезоне.
- ❑ **Повторно вовлекайте офлайн-пользователей:** взаимодействуйте с покупателями, совершающими покупки в ваших физических магазинах с помощью ваших офлайн-данных, таких как CRM или данных об офлайн-транзакциях.
- ❑ **Дашборд «Обозреватель аудитории»:** Узнайте, какие аудитории имеют наибольшее значение для вашего бизнеса и откройте новые ценные сегменты аудиторий ваших кампаний коммерческих аудиторий Criteo.

Опережайте конкурентов

Увеличьте эффективность ваших кампаний, оптимизируйте расход бюджета и опережайте конкурентов:

- ❑ **Criteo Management Center:** проверьте аналитику кампаний и внесите изменения для оптимизации кампаний к праздничному сезону.
- ❑ **Автоматический биддинг:** переключитесь на автоматический биддинг для максимизации эффективности относительно ваших KPI и бюджета.

Start Early

Конец ноября и декабрь

Увеличивайте продажи за счет новых клиентов

Запускайте кампании по ретаргетингу пользователей, выразивших интерес к вашим товарам и услугам:

- ❑ **Ретаргетируйте онлайн пользователей:** привлекайте пользователей, посетивших ваш сайт, приложение или физический магазин, но покинувших его, так и не совершив покупку, и предлагайте им нужное и желанное.

Увеличьте объем продаж за счет имеющихся клиентов

Запускайте кампании, направленные на среднюю и нижнюю воронку продаж, чтобы получить больше продаж за счет вашей базы пользователей:

- ❑ **Активируйте «спящих» пользователей:** снова заинтересуйте спящих пользователей с помощью персонализированных товарных рекомендаций.
- ❑ **Ретаргетируйте имеющихся покупателей:** получите больше продаж от недавних пользователей с помощью персонализированных товарных рекомендаций.

Увеличивайте продажи за счет офлайн-покупателей

Запускайте кампании по ретаргетингу ваших офлайн-покупателей и приглашайте их совершать покупки на различных каналах:

- ❑ **Офлайн посещения:** привлекайте покупателей в ваши физические магазины, там, где это возможно.
- ❑ **Офлайн продажи:** получите больше продаж в физических магазинах, используя данные об офлайн-транзакциях и оптимизируя кампании относительно офлайн-продаж.
- ❑ **Офлайн и онлайн:** получите больше продаж от ваших офлайн покупателей (включая любителей опции самовывоза) в локациях, где физический шопинг ограничен.

Получите больше прозрачности относительно эффективности кампаний

Убедитесь, что ваши кампании работают в полную силу:

- ❑ **Автоматический биддинг:** свяжитесь со своим аккаунт-стратегом Criteo, чтобы переключиться на автоматический биддинг для более эффективной оптимизации относительно ваших KPI в период увеличенной конверсии.
- ❑ **Criteo Management Center:** проверьте свои кампании и убедитесь, что ваши ставки конкурентоспособны для желаемого объема продаж.
- ❑ **Креативный дашборд в Management Center:** добавьте креативные элементы, такие как купоны и сообщения о скидках, для максимизации продаж. Включите динамическую креативную оптимизацию, если вы не сделали этого ранее.

Drive Results

Конец декабря и январь

Стимулируйте пользовательскую лояльность

Запускайте кампании по повышению покупательского LTV по окончании праздничного сезона:

- ❑ **Ретаргетируйте онлайн покупателей:** взаимодействуйте с недавними посетителями сайта и получите больше дополнительных продаж с помощью релевантных предложений.
- ❑ **Список контактов:** поддерживайте интерес пользователей, которые ранее покупали ваши товары в сезон распродаж.
- ❑ **Из офлайн в онлайн:** повторно вовлекайте вашу офлайн аудиторию и получайте больше продаж как онлайн, так и офлайн.
- ❑ **Посещения физических магазинов:** привлекайте пользователей, совершающих покупки в последний момент.
- ❑ **Офлайн-продажи:** привлекайте пользователей, покупающих подарки в последний момент и по окончании праздничного сезона.

*Keep Up the
Momentum*