



CONDICIONES ESPECIFICAS DE SERVICIOS DE CRITEO

Servicio de Commerce Growth

Estas Condiciones de servicio específicas de Criteo se incorporan al Contrato en virtud del cual Criteo ha acordado prestar Servicios de Criteo al Cliente. Las Condiciones de servicio específicas de Criteo descritas a continuación solo serán aplicables a los Servicios seleccionados por el Cliente.

Los términos en mayúscula utilizados, pero no definidos en las Condiciones de servicio específicas de Criteo tienen el significado que se les atribuye en las Condiciones de servicio generales de Criteo.

1.1 Descripción de los Servicios

Este Servicio permite la configuración y optimización de la campaña publicitaria digital basada en la Tecnología y los Datos de servicios de Criteo. Esto se puede utilizar para las capacidades de compra de medios que incluyen los objetivos publicitarios de adquisición (adquisición de nuevos clientes) y/o retención (retención de clientes existentes). La estrategia de marketing y la configuración asociada de Criteo se pueden poner en marcha en una campaña y, según corresponda, en función de un nivel de conjunto de anuncios.

Cualquier posible cambio entre las campañas de adquisición y retención durante la prestación de los Servicios de Criteo no requerirá la firma de las Partes para una modificación de lo Contrato.

Criteo puede poner el servicio a disposición del Cliente en diferentes modos de entrega: servicio gestionado (*managed*), autoservicio (*self-service*) o una combinación de ambos, dependiendo del gasto medio mensual del Cliente en el Servicio de Crecimiento Comercial con Criteo durante un periodo mínimo de seis (6) meses.

Para el servicio gestionado (*managed*), el Cliente solicitará cada campaña por correo electrónico dirigido al contacto comercial de Criteo.

1.2 Precios y pagos

El Cliente puede gestionar su presupuesto directamente en la Plataforma de Criteo.

Criteo no garantiza el cumplimiento del presupuesto configurado en la Plataforma de Criteo ni ningún otro objetivo (p. ej., el coste objetivo de ventas – *target cost*).

El Cliente puede elegir diferentes estrategias de ofertas de lances de precios, como impulsar conversiones, impulsar ingresos o impulsar visitas, para controlar cómo generan resultados.

El Cliente puede seleccionar el controlador de costes sea como: 1) control por presupuesto para maximizar los resultados a la vez que se gasta todo el presupuesto, 2) como control por objetivo que optimiza un objetivo de KPI (indicadores clave de rendimiento) específico para impulsar resultados óptimos, o 3) como control por CPC/CPM para gestionar manualmente la oferta de precios con el fin de equilibrar costes y resultados.

El Cliente puede elegir estrategias presupuestarias (diarias, mensuales o de por vida) y tiene la opción de marcar el ritmo presupuestario de manera uniforme a lo largo de una semana.

1.3 Condiciones adicionales

1.3.1. Terminación por conveniencia: cada una de las Partes podrá rescindir el Contrato en cualquier momento, sin penalizaciones ni indemnización, mediante correo certificado o correo electrónico con acuse de recibo y con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. La suspensión o terminación de una campaña puede realizarse por el propio Cliente a través de su acceso a la Plataforma de Criteo o, si así lo solicita el Cliente, por los equipos de Criteo. El plazo de notificación previa será facturado al Cliente.

1.3.2. Visualización de anuncios: el Cliente reconoce y acepta que los Anuncios se publiquen en la Red de Criteo y que Criteo, o el Cliente pertinente (según sea el caso), determine a su absoluta discreción dónde y con qué frecuencia se mostrarán dichos Anuncios y la forma en que se establecerá la prioridad entre los distintos Clientes. En caso de que el Cliente notifique a Criteo por escrito que los Anuncios se muestran en medios que no cumplen con las directrices de suministro del Cliente, Criteo eliminará de inmediato los Anuncios de dichos medios.

1.3.3. Privacidad: a los efectos de la prestación de este Servicio por parte de Criteo y la aplicación del Acuerdo de protección de datos (“APD”), el Servicio se considerará un Servicio de corresponsable del tratamiento (según se define en el APD) y las Partes cumplirán con las disposiciones pertinentes del APD (cláusula I y II).
