



Criteo представляет персонализированное решение для cross-device-маркетинга

Использование ценных и применимых в маркетинге данных, важнейшего актива компании Criteo, для эффективного таргетирования рекламы одновременно на мобильных устройствах и настольных ПК повышает востребованность и эффективность рекламы и персонализированных рекомендаций. 60% покупателей одновременно пользуется различными устройствами, поэтому решение для cross-device-маркетинга становится особенно востребованным¹

Россия, Москва – 5 ноября, 2014 – Компания [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), один из мировых лидеров в области технологий рекламы для digital-платформ, сегодня сообщила о появлении решения для cross-device-маркетинга, которое позволяет получать единую картину поведения покупателя при онлайн-шопинге на всех используемых устройствах, что помогает максимально точно и эффективно осуществлять таргетирование рекламных объявлений. Благодаря поддержке cross-device-таргетинга, компания Criteo предоставляет рекламодателям возможность показывать покупателям максимально персонализированную рекламу вне зависимости от типа устройств.

Учитывая тот факт, что почти 60% покупателей в США используют несколько устройств, и каждый третий из них обязательно имеет ноутбук, смартфон или планшет, магазины стремятся взаимодействовать с потенциальными покупателями на устройствах различного типа. Чтобы выгодно использовать такую возможность, рекламодатели должны обеспечить целостную коммуникацию с клиентами на различных устройствах и платформах, притом обеспечить работу cross-device-маркетинга на всех платформах, а не только у отдельных публичеров, предлагающих отдельное cross-device- решение.

На данный момент компания Criteo имеет доступ примерно к [одному миллиарду Интернет-пользователей ежемесячно](#) и предлагает персонализированную рекламу на всех популярных устройствах с подключением к Интернету, включая почти 100 миллионов устройств Apple. Теперь рекламодатели смогут полностью оценить преимущества cross-device-решения компании, которое использует обширное покрытие и актуальные данные о покупательском намерении, генерируемые Criteo. Решение Criteo базируется на использовании идентификатора точного совпадения, который агрегирует уникальные, анонимные и предоставляемые реальными клиентами идентификаторы в рамках всей сети Criteo с целью точно определить подходящего пользователя в сессии, запущенной на любом устройстве, используемом им. Благодаря такому подходу Criteo может использовать свои алгоритмы определения покупательских намерений, чтобы возобновить взаимодействие с покупателями, использующими различные устройства доступа, совместно с более чем 7000 площадками по всему миру.

«Наше прямое сотрудничество с более чем 6000 рекламодателями генерирует огромный массив данных, потенциалом которых они теперь могут воспользоваться для персонализации рекламных объявлений на любом устройстве, - поясняет Джейсон Морс (Jason Morse), вице-президент по мобильным продуктам Criteo. – Объединяя наши возможности по определению точного

¹ comScore Media Metrix Multiplatform & Mobile Metrix, U.S., март 2013 – июнь 2014

совпадения с мощью движка Criteo Engine, мы можем гарантировать, что покупатель, ищущий товар на своем ноутбуке во время обеда, может купить его в этот же вечер со смартфона или планшета. Мы используем подход, основанный на обеспечении скорейшего возврата инвестиций в пост-клик-продажи, - он же помог нашим клиентам получить за прошлый год выручку в 12 миллиардов долларов».

«Мы вступили в эпоху, когда покупатели, использующие множество каналов коммуникации и устройств, имеют прекрасные возможности для изучения, поиска и покупки товара на своих условиях, - подчеркнул Брендан Витчер (Brendan Witcher), главный аналитик в Forrester Research. – У маркетологов и рекламодателей во всех отраслях появилась новая задача – подстроиться под поведенческие тенденции среди своих онлайн-покупателей и искать способы обеспечить их необходимым товаром или контентом вне зависимости от того, какое устройство доступа они используют».

Функция обеспечения точного соответствия Criteo была разработана с учетом соответствия самым строгим стандартам конфиденциальности, помогая рекламодателям предлагать решения, подразумевающие соблюдение основных норм обеспечения конфиденциальности и возможность отказа от предоставления данных. Criteo уважает право клиентов на приватность и обеспечивает высокую степень прозрачности и управляемости своих решений. Criteo использует зашифрованные данные о просмотренных страницах для повышения точности таргетирования.

###

О компании Criteo

Criteo является мировым лидером в области рекламы performance advertising, предоставляющим свои решения более чем 5 000 компаний по всему миру. В компании Criteo работает около 800 сотрудников в офисах США, Европы и Азии, обслуживающих более сорока стран.

Более подробная информация – на сайте <http://www.criteo.com>.

По вопросам, связанным с Criteo, обращайтесь:

Екатерина Захаревич

PR

mob: +7 926 9358966

email: zacharevich@east-side-consulting.com