



Criteo lancia il motore di previsione della pubblicità di ultima generazione basato sull'effettivo comportamento di acquisto degli utenti

- *Grazie alle recenti formidabili innovazioni, il motore Criteo incrementa il ROI post-clic del 38%*
- *I miglioramenti tecnici apportati al motore Criteo sono il risultato di oltre 3 anni consacrati allo sviluppo tecnologico, l'analisi dei dati e il potenziamento delle infrastrutture*

Milano, 12 settembre 2014 - [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance advertising, annuncia oggi il rilascio dopo oltre tre anni di sviluppo di una profonda innovazione del suo algoritmo di predizione e di raccomandazione. La nuova tecnologia polverizza qualsiasi precedente benchmark sulla performance; da ora Criteo è in grado di decidere l'acquisto di ogni singola impression in funzione della probabilità che un utente clicchi sulla pubblicità e converta sul sito dell'inserzionista. Questa evoluzione consente ai clienti di allargare la propria audience a un bacino maggiore di potenziali acquirenti rispettando l'obiettivo di cost-per-sales. L'ottimizzazione del motore Criteo si traduce in un aumento del 38% delle vendite a fronte dello stesso cost-per-sales, incremento misurato sulla base di miliardi di impression e di milioni di utenti e di clic.

"L'ottimizzazione dell'algoritmo Criteo rappresenta per noi una tappa fondamentale. Criteo è nota da sempre per i risultati e il modello PPC e non possiamo che essere entusiasti nell'annunciare un miglioramento così significativo delle nostre performance. Il motore Criteo è ora in grado di elaborare enormi volumi di dati e riesce a prevedere eventi che si verificano solo una volta su 10.000, come ad esempio riconoscere l'impression pubblicitaria che genererà un clic e una vendita. Riusciamo così ad accompagnare i nostri Clienti nel prendere le migliori decisioni possibili per massimizzare portata e efficacia delle loro strategie di marketing", dichiara Jonathan Wolf, Chief Product Officer di Criteo. "È proprio questo l'obiettivo che la pubblicità deve perseguire e siamo molto felici di continuare a dimostrare che è possibile generare valore aggiunto focalizzandosi sulla performance post-clic".

Oltre tre anni di attività mirata di ricerca e sviluppo hanno portato progressi senza precedenti

Nel corso degli ultimi tre anni, Criteo ha dedicato tempo e notevoli risorse al potenziamento della propria infrastruttura. La società ha condotto una costante attività di ricerca, sviluppo e test allo scopo

di accrescere la velocità e la precisione del suo algoritmo. Il motore Criteo è ora in grado di elaborare fino a 15 milioni di previsioni al secondo e di rispondere entro 20 millisecondi. Criteo archivia ormai oltre 20 terabyte di dati al giorno, inclusi quelli che illustrano l'effettivo comportamento di acquisto. Affinché il nuovo modello di predizione funzioni, è necessario analizzare a intervalli di poche ore dati raccolti in molte settimane, operazione che ha richiesto l'utilizzo di tecnologie open source come Apache Hadoop. Ulteriori informazioni sono disponibili [qui](#).

“Il motore Criteo di nuova generazione è estremamente potente” dichiara Elliot Pritchard, Chief Marketing Officer di Travel Republic. “Siamo stati favorevolmente colpiti da queste innovazioni che agevolano e accelerano la definizione del perimetro delle nostre campagne pubblicitarie, enfatizzando comunque ciò che conta maggiormente, la performance complessiva e le conversioni. Dall'implementazione di queste nuove funzionalità, abbiamo già registrato un aumento del 25% del nostro conversion rate e siamo convinti che questo risultato potrà solo crescere nei prossimi mesi (aumento del conversion rate tra Q1 2013 e Q1 2014).

Il motore Criteo di nuova generazione introduce anche nuove funzionalità, come la segmentazione semplificata della clientela, concepita per alleggerire il carico di lavoro dedicato alla pianificazione e alla gestione, consentendo agli inserzionisti di focalizzare l'attenzione sull'obiettivo marketing globale.

Queste importanti innovazioni tecnologiche del motore Criteo verranno implementate automaticamente per tutti i clienti attuali a livello globale, senza costi aggiuntivi.

Pay it forward: il supporto all'open source

L'ecosistema Apache Hadoop ha consentito a Criteo di archiviare e analizzare enormi volumi di dati e l'algoritmo Criteo è uno dei risultati più brillanti. Per ringraziare la comunità open source che ha collaborato alla realizzazione di queste innovazioni tecnologiche, Criteo ha contribuito all'elaborazione di “Parquet”, il motore di storage open source di Apache Hadoop, fornendo il livello di compatibilità Hive. La società continuerà a collaborare a questo e ad altri progetti open source.

Per maggiori informazioni sulle soluzioni di performance advertising digitali di Criteo, visitare il sito www.criteo.com.

###

A proposito di Criteo

Criteo realizza campagne personalizzate di performance advertising su scala globale. La società misura il ritorno sulle vendite post-clic, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega oltre 1.000 dipendenti presso le proprie sedi negli Stati Uniti, in Europa e in Asia e fornisce i propri servizi a oltre 6.000 inserzionisti in più di 50 Paesi. Attiva su tutte le principali piattaforme di Real Time Bidding, Criteo collabora anche direttamente con più di 7.000 editori nel mondo. Per ulteriori informazioni, visitare il sito www.criteo.com.

Contatti per la stampa

Raffaella Gerli - Elena Rigamonti

ROCK communications

Tel. 02 36693300 – 335 6417845

raffaella.gerli@rock-communications.it;

elena.rigamonti@rock-communications.it