



L'ottimizzazione del motore Criteo consente agli specialisti del Travel di focalizzarsi sui viaggiatori più redditizi

- *Algoritmi più intelligenti consentono alle aziende del settore Travel di adattare gli investimenti pubblicitari al valore potenziale della prenotazione di ogni individuo.*
- *La nuova versione del motore Criteo permette di incrementare del 20% il valore totale delle prenotazioni.*
- *I banner pubblicitari personalizzati a performance si fondano ora su parametri specifici dei viaggiatori, al fine di migliorarne i risultati.*

Milano, 9 febbraio 2014 – [Criteo](#) (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance advertising, ha annunciato importanti aggiornamenti del suo algoritmo che consentono alle aziende del settore Travel di raggiungere i consumatori sulla base delle loro previsioni di spesa quando prenotano viaggi e vacanze. Criteo Engine ora assegna a ciascun individuo una stima del valore della prenotazione, grazie all'elaborazione di un elevato numero di dati, e su questo valore basa il successivo bidding sull'annuncio pubblicitario. Questo nuovo sistema di bidding intelligente consente agli operatori del travel on-line, come compagnie aeree, hotel e agenzie di viaggi, di focalizzare i propri budget di marketing sugli acquirenti più redditizi, cioè quelli con più alta probabilità di spesa, ed ottimizzare le proprie campagne con lo scopo di aumentare i ricavi online al giusto cost of sale. La nuova versione del Criteo Engine è già utilizzata da più di 300 clienti nel mondo e ha incrementato in media del 20% il valore complessivo delle prenotazioni per i clienti Travel.

Oggi l'algoritmo Criteo valuta automaticamente la propensione del viaggiatore a prenotare e il valore atteso della prenotazione per ciascuna possibile inserzione. L'elaborazione prende in considerazione un numero significativo di variabili come le tendenze di navigazione, la destinazione e la finestra pre-booking. Questi parametri vengono valutati in tempo reale, cosicché il motore Criteo è in grado di ottimizzare la spesa pubblicitaria sostenuta, focalizzandosi su un'audience pertinente e identificando il momento giusto nella fase cruciale di pre-booking, adattandosi alla stagionalità dei viaggi in ciascun paese.

Inoltre Criteo ha lanciato per il settore del Travel anche una nuova serie di layout pubblicitari mobile-native. Questi nuovi formati aiutano le compagnie aeree a raggiungere i propri obiettivi di performance e di branding, pur rispettando la conformità alla regolamentazione pubblicitaria specifica del settore aereo.

“Nel settore del Travel si riscontra l’audience online più esigente, le cui decisioni d’acquisto sono tipicamente il risultato di un’intensa ricerca trasversale su più dispositivi, spesso con l’aiuto di più siti eterogenei,” dichiara Jonathan Wolf, Chief Product Officer di Criteo. “Le ultime evoluzioni del nostro motore sono specificatamente focalizzato sul Travel. Gli inserzionisti del settore possono ora raggiungere gli utenti che pianificano le vacanze di maggior valore e che hanno una più ampia capacità di spesa, riducendo al contempo l’investimento pubblicitario sui clienti con un potenziale inferiore. I nostri clienti Travel in tutto il mondo hanno registrato così una crescita media del 20% del valore delle proprie prenotazioni generate tramite banner Criteo.”

“Attivando Criteo-COS-Optimizer – una funzionalità che aumenta la probabilità di conversioni basandosi su dati quali la durata del viaggio e il periodo di prevendita – siamo stati in grado di ottimizzare i KPI delle nostre campagne”, commenta Gretlies Ringe, Senior Campaign Manager Marketing di TUifly.com “Siamo riusciti quindi a ridurre il COS del 29% e il CPO del 10%. Inoltre siamo riusciti ad incrementare il nostro conversion rate dell’11%. Il fatto che Criteo offra regolarmente nuovi strumenti per ottimizzare le risorse da impiegare nel display advertising rappresenta un reale vantaggio competitivo per il nostro business, che per noi si traduce in continui miglioramenti delle nostre performance.”

“L’ultima release del motore Criteo ha condotto le nostre campagne ad un livello superiore e ci ha consentito di instaurare un rapporto più profondo con i clienti”, dichiara Andrew Booth, Chief Revenue Officer di LateRooms.com. “Dal momento che puntiamo sempre di più sull’interazione in tempo reale con i clienti, capire automaticamente i loro trend di spesa significa che possiamo concretamente ottenere più rilevanza, generando un aumento significativo dei KPI dei nostri principali clienti.”

Per maggiori informazioni sul motore Criteo e sulle soluzioni di performance advertising 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-click, rendendo così il ROI trasparente e semplice da calcolare. Criteo impiega oltre 1.000 dipendenti in 21 uffici in America, Europa e Asia Orientale e fornisce i suoi servizi a oltre 6.000 inserzionisti in tutto il mondo collaborando direttamente con più di 8.000 editori.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito <http://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

A proposito di LateRooms.com

LateRooms.com è l'azienda leader nel Regno Unito nel settore della prenotazione alberghiera online. Offre una gamma completa di proposte vantaggiose su oltre 65.000 strutture in tutto il mondo, dalla convenienza dei B&B al lusso degli hotel a cinque stelle. **LateRooms.com** fa parte di TLRG, presente nel Regno Unito con tre marchi – LateRooms.com, AsiaRooms.com e MalaPronta.com. TLRG è anche parte del Gruppo TUI, numero uno al mondo del turismo integrato, che gestisce 1.800 agenzie di viaggio e portali online e serve 30 milioni di clienti in 180 Paesi.

A proposito di TUIfly.com

TUIfly.com è il portale Travel di TUI Deutschland, che offre non solo viaggi con la compagnia aerea TUIfly, ma anche voli con molte altre compagnie quali Air Berlin, Germanwings, Lufthansa e Sunexpress. Inoltre, TUIfly.com offre un'ampia varietà di altri prodotti Travel, fra cui pacchetti vacanza, noleggio auto e assicurazioni di viaggio.