

Lösung von Criteo und Vayant verdoppelt Conversion Rates von Fluggesellschaften

- Lufthansa vereint Vayant mit Criteo für noch kundenspezifischere Ergebnisse
- Die Technologie setzt Airfare Search Engine Daten ein, um innerhalb personalisierter Werbemittel die relevantesten Tarife anzuzeigen und so den Absatz zu steigern

München, 26. Februar 2015 – Criteo (NASDAQ: [CRO](#)), das Technologieunternehmen für Performance Marketing, und Vayant Travel Technologies, ein weltweit führendes Unternehmen für innovative Flugtarifsuche, haben zusammen eine Lösung entwickelt, welche die Flugpreis-Angebote in Echtzeit in die digitalen Werbemittel von Criteo integriert. Dadurch können Fluggesellschaften Reisende nun gezielt mit personalisierten Werbemitteln mit den besten verfügbaren Tarifen ansprechen. Tarife sind eine kritische Performance Marketing Komponente, da [92 Prozent](#) der Nutzer die Kosten als wichtigsten Faktor in der Entscheidung für oder gegen den Kauf eines Flugtickets angeben. Die Partnerschaft zwischen Criteo und Vayant Travel Technologies kam über Lufthansa zustande, die mit beiden Unternehmen zusammen arbeitet, um kundenspezifische Werberesultate zu erzielen.

„Indem wir Daten von Vayants Plattform integrieren, können wir personalisierte Werbemittel von Fluggesellschaften ausspielen, die den Nutzern über alle Endgeräte und Berührungspunkte hinweg maßgeschneiderte Preise in Echtzeit vermitteln – Display, In-App, E-Mail und Mobile“, sagt Eric Eichmann, President und Chief Operating Officer bei Criteo. „Diese neue Lösung setzen sehr wenige Fluggesellschaften für ihr digitales Marketing ein – daher freuen wir uns sehr, dies zusammen mit unserem Partner Vayant möglich machen zu können.“

Die Integration von Vayants FastSearch Produkt, welches unmittelbar tagesaktuelle Flugsuche-Ergebnisse aufzeigt, wird Fluggesellschaften zu einer signifikanten Umsatzsteigerung verhelfen. Als führendes Unternehmen in der Luftfahrtindustrie ist Lufthansa die erste Fluggesellschaft, die diese preisgesteuerte Lösung nutzt. Erste Ergebnisse zeigen einen Anstieg der Conversion Rates um über 100 Prozent.

„Lufthansa setzt auf einzigartige Erlebnisse für Reisende – sei es online oder in der Luft“, Sebastian Riedle, Director Global Online Sales and Mobile Services bei Lufthansa German Airlines. „Diese Partnerschaft ermöglicht es uns, das Käuferlebnis unserer Kunden zu verbessern, indem wir potenzielle

Reisende stärker auf attraktive Tarife für Reiserouten, an denen sie interessiert sind, aufmerksam machen. Wir verzeichnen bereits eine signifikante Traffic-Zunahme auf unserer Webseite.“

„Dadurch, dass wir die Stärken der Flugtarifsuche von Vayant und der Marketing-Technologie von Criteo vereint haben, eröffnen wir Marketingverantwortlichen von Fluggesellschaften neue Möglichkeiten. Diese Lösung werden wir reibungslos und mit wenig Aufwand seitens der Fluggesellschaft einsetzen und gleichzeitig positive Effekte bei den Online-Ticketverkäufen erzielen“, kommentiert Eric Dumas, Chief Executive Officer bei Vayant.

Über Criteo

Criteo liefert individualisierte Performance-Werbemittel bei ungeschlagener Reichweite. Das Unternehmen misst Erfolg hinsichtlich Post-Klick-Sales, macht den ROI transparent und leicht zu messen. Criteo beschäftigt mehr als 1.300 Mitarbeiter in 23 Büros in den USA, Europa und Asien, bedient mehr als 7.000 werbetreibende Unternehmen und unterhält direkte Beziehungen mit über 9.000 Publishern weltweit.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte <http://www.criteo.com>

Über Vayant Travel Technologies:

Vayant, ein weltweit führendes Unternehmen für innovative Flugtarifsuche, hilft der globalen Reiseindustrie mit seinen Lösungen, inspirierende Shopping-Erlebnisse für deren Kunden zu schaffen. Durch kosteneffektive, effiziente und schnell umsetzbare Lösungen schafft Vayant ansprechende Käufererfahrungen bei der Reisebuchung, die Fluggesellschaften und Online-Reiseanbietern enger mit ihren jeweiligen Kunden verbindet, da eine gezielte Ansprache durch intuitive Angebote über jedwede Form von Online-Kanälen ermöglicht wird. Vayant unterstützt mit seinen Lösungen bereits Kunden wie Lufthansa, Austrian Airlines, Air Europe, TAP Portugal sowie Agenturen weltweit.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.vayant.com

Über Lufthansa

Als eine der größten und bedeutendsten Fluggesellschaften weltweit, fliegt Lufthansa 207 Destinationen in 76 Ländern weltweit an. Drehkreuze sind Frankfurt und München. Durch die Akquisitionen von Australian Airlines, SWISS und der Beteiligung an Brussels Airlines, kommen die Zentren Wien, Brüssel und Zürich als weitere Drehkreuze hinzu. Die gesamte Lufthansa Group beförderte in dieser Konstellation insgesamt 106 Millionen Passagiere in 2014. Von den 21 nordamerikanischen Schnittstellen aus und zusammen mit den Mitgliedern der Lufthansa Group und Star Alliance Partnern fliegt Lufthansa über 1.300 Ziele weltweit an.

2014 führte Lufthansa die neue Premium Economy Class ein, im ersten und zweiten Quartal 2015 sollen zudem nicht nur die Erneuerung der First Class sondern auch die Modernisierung der Business Class abgeschlossen werden. Darüber hinaus wird bis Ende des dritten Quartals die gesamte Flotte mit der Premium Economy Class ausgestattet werden und die Lufthansa hierdurch dem Ziel, als erste Airline der westlichen Hemisphäre mit fünf Sternen ausgezeichnet zu werden, einen Schritt näher bringen. In naher Zukunft wird außerdem die komplette Langstrecken-Flotte der Lufthansa mit dem drahtlosen Breitband-Internetservice FlyNet ausgestattet sein.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.LH.com.

Pressekontakt

Criteo:

Criteo GmbH

Florian Herzing

PR Manager Central Europe, Eastern Europe & MEA

+49 (0) 89 – 189 285-159

f.herzing@criteo.com

Burson-Marsteller GmbH

Bianca Egli

+49 (0) 69 23909 69

bianca.egli@bm.com

Vayant:

Iskra Rasheva

Vayant

pr@vayant.com

Lufthansa:

Christina Semmel

Lufthansa

christina.semmel@dlh.de