

Criteo 引擎升级 助力旅游营销者定位高价值旅客

- *更智能的算法帮助旅游公司根据每个用户的可能预订价值调整广告费用*
- *最新以价值为导向的 Criteo 引擎能增加 20% 的总体预订价值*
- *基于对以旅游为中心的参数的分析, Criteo 提供丰富多样的效果展示类横幅广告, 为广告效果增值*

近日, 效果展示广告厂商 [Criteo](#) (纳斯达克代码: CRTO) 宣布 Criteo 引擎完成了重磅升级。升级后的 Criteo 引擎可以基于消费者在预订旅行度假服务时可能消费的额度, 帮助旅游公司定位消费者。基于广泛的数据运算, Criteo 引擎如今可以预测每位旅客的消费金额, 并且可以在广告竞价时考虑这一因素。这一新增的智能竞价功能使航空公司、酒店和线上旅行社等在线旅游网站, 能够将营销预算集中在最有可能消费的高价值用户上; 又能在维持合理的销售成本的同时, 通过优化广告投放提升在线收益。该升级版引擎已经为 Criteo 全球 300 多家的客户服务, 并为旅游客户的整体预订价值平均带来 20% 的提升。

最新的 Criteo 引擎可以通过评估大量数据, 如线路模式 (navigation patterns)、目的地和预订前窗口 (pre-booking window) 等, 自动地评估旅行者的预订可能性和每一广告展示机会所预期产生的订单价值。由于这些评估都实时进行, 因此 Criteo 引擎能针对正确的用户群, 识别在预订窗口前的最佳时机, 适应各国的旅游行业淡旺季, 并最终优化广告投入。

此外, Criteo 为旅游行业广告发布了一组新的移动设备原生尺寸广告模板。Criteo 新的旅游行业广告模板帮助航空公司在遵守航空广告条例的前提下, 达到增值广告效果和品牌宣传的目的。

Criteo 的首席产品官 Jonathan Wolf 表示: “旅游业市场的在线用户是最深思熟虑的群体之一。他们会通过不同设备进行广泛的搜索, 参考不同网站, 这些都将影响他们的消费决策。我们最新的引擎系统换代是专门针对旅游行业的一种升级, 使现在的广告主能够接触到那些可能产生更高消费价值的度假消费者, 从而节省在低价值消费者身上的广告开销。因此, 我们全球的旅游客户从 Criteo 的广告上获得了平均 20% 的预订量提高。”

了解更多Criteo引擎信息和Criteo数字化的效果类展示广告解决方案，请访问
www.criteo.com/cn。

###

关于 Criteo

Criteo 为广告主提供大规模、个性化的效果类广告。通过衡量点击后的销售转化率，Criteo 让 ROI 更加透明且易于评估。Criteo 在美洲、欧洲和亚太地区拥有 21 个办公室和超过 1000 名员工，服务于全球 6000 多家广告主，并与全球超过 8,000 家发布商建立起直接合作关系。欲了解更多信息，请访问 www.criteo.com/cn。

媒体联络：

尹静

励尚公关

电话：(010) 8851 7496

邮件：Tracy.yin@Allisonpr.com