

## La soluzione di Criteo e Vayant consente alle compagnie aeree di raddoppiare il conversion rate

- *Lufthansa combina le competenze di Vayant e Criteo per risultati più mirati e orientati al cliente*
- *La tecnologia utilizza i dati del motore di ricerca per biglietti aerei per mostrare il prezzo più competitivo nelle inserzioni personalizzate e incrementare così le vendite*

**Milano, XX marzo 2015** – Criteo (NASDAQ: [CRTO](#)), azienda tecnologica specializzata in performance advertising, e Vayant Travel Technologies, leader mondiale nello sviluppo di soluzioni innovative per la ricerca di biglietti aerei, hanno annunciato una collaborazione volta a fornire dati in tempo reale sui costi dei voli all'interno delle inserzioni digitali Criteo-powered. La soluzione permette alle compagnie aeree di rivolgersi ai viaggiatori con annunci personalizzati che includano le migliori tariffe disponibili, una componente decisiva del performance marketing, dato che il [92%](#) dei consumatori identifica il costo come il fattore più importante nella decisione di acquisto di un biglietto aereo. La partnership Criteo / Vayant Travel Technologies è nata grazie a Lufthansa, che ha voluto che le due aziende lavorassero insieme per generare risultati pubblicitari pertinenti e mirati per i suoi clienti.

"Attingendo ai dati della piattaforma Vayant, siamo in grado di garantire che gli annunci personalizzati delle compagnie aeree visualizzino in tempo reale i prezzi più in linea con le richieste dei consumatori su ogni dispositivo e touch point - display, in-app, e-mail e mobile", ha affermato Eric Eichmann, Presidente e Chief Operating Officer di Criteo. "Attualmente pochissime compagnie aeree hanno implementato questa soluzione nella loro strategia di marketing digitale, per questo siamo lieti di collaborare con Vayant per diffonderne l'utilizzo."

L'integrazione di FastSearch di Vayant, una soluzione che mostra istantaneamente risultati di ricerca aggiornati, permetterà alle compagnie aeree di incrementare in modo significativo le vendite. In qualità di leader del settore, Lufthansa è la prima compagnia aerea a usufruire di questa soluzione price-driven e i primi risultati mostrano un aumento del conversion rate superiore del 100%.

"Lufthansa si impegna ad offrire la migliore esperienza possibile ai viaggiatori, sia online che in volo", ha dichiarato Sebastian Riedle, Sales Director Global Online and Mobile Services di Lufthansa German Airlines. "Questa partnership ci permette di migliorare l'esperienza di acquisto dei nostri clienti

comunicando ai potenziali viaggiatori le tariffe più competitive per gli itinerari per cui hanno mostrato interesse. Il risultato è un significativo aumento del traffico sul nostro sito.”

"Ora che abbiamo unito la capacità di ricerca dei biglietti aerei di Vayant e la tecnologia di marketing di Criteo, abbiamo aperto nuove strade ai responsabili marketing delle compagnie aeree. Abbiamo implementato la soluzione senza difficoltà e con un impegno ridotto da parte della compagnia aerea, ma l’impatto positivo sulle vendite dei biglietti online è stato immediato ", ha commentato Eric Dumas, Chief Executive Officer di Vayant.

#### **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 1.300 dipendenti in 24 uffici in America, Europa e Asia Orientale e fornisce i suoi servizi a oltre 7.000 inserzionisti in tutto il mondo collaborando direttamente con più di 9.000 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](mailto:raffaella.gerli@rock-communications.it);

[elena.rigamonti@rock-communications.it](mailto:elena.rigamonti@rock-communications.it)

#### **A proposito di Vayant Travel Technologies ([www.vayant.com](http://www.vayant.com))**

Vayant, leader mondiale nello sviluppo di soluzioni innovative per la ricerca di biglietti aerei, offre al settore globale del travel soluzioni di ricerca dei biglietti aerei che consentono di fare esperienze d’acquisto davvero stimolanti. Vayant offre uno shopping nel travel di valore grazie a soluzioni economiche, efficienti e veloci da implementare, che consentono alle compagnie aeree e ai fornitori di viaggi online di avvicinarsi ai propri clienti con offerte mirate e promozioni, presentandole in modo intuitivo tramite ogni canale online. Oggi le soluzioni Vayant sono al servizio di clienti come Lufthansa, Austrian Airlines, Air Europa, TAP Portugal, così come di agenzie in tutto il mondo.

#### **A proposito di Lufthansa**

Una delle più grandi e prestigiose compagnie aeree del mondo, Lufthansa vola attualmente verso 207 destinazioni in 76 paesi, con hub a Francoforte e Monaco di Baviera. Grazie all'acquisizione da parte di Lufthansa Group di Austrian Airlines, di SWISS e ad una partecipazione in Brussels Airlines, sono stati integrati gli hub di Vienna, Bruxelles e Zurigo e l'intero Gruppo ha fatto volare un totale di 106 milioni di passeggeri nel 2014. Dai suoi 21

gateway del Nord America Lufthansa, eletta da Fortune come una delle cinque compagnie più ammirate al mondo, insieme ai membri del Gruppo e ai partner Star Alliance, copre oltre 1.300 destinazioni in tutto il mondo. Un innovatore di settore, Lufthansa è da tempo impegnata nella tutela dell'ambiente e della sostenibilità, utilizzando la flotta tecnologicamente più avanzata ed efficiente in termini di carburante in tutto il mondo. La sua flotta a lungo raggio da e per il Nord America include il Boeing 747-8 e l'Airbus A380. Attualmente, Lufthansa possiede oltre 263 nuovi aeromobili del valore di circa 42,2 miliardi di dollari a prezzi di listino su ordinazione. Lufthansa è il più grande operatore europeo che utilizza l'A380 ed è stato anche il cliente di lancio per il nuovo Boeing 747-8, due degli aerei passeggeri più efficienti nel consumo di carburante del settore. Nota per i suoi servizi premium, Lufthansa continua a costruire nuove sale d'attesa o rinnovare quelle esistenti in tutta la sua rete mondiale e spenderà più di 3,7 miliardi di dollari in nuovi prodotti e servizi entro il 2016. Nel 2014, Lufthansa ha introdotto la nuova Premium Economy Class che offre ancora più comfort e spazio personale. Nel primo trimestre del 2015, Lufthansa finirà il rinnovamento della First Class e in seguito completerà l'ammodernamento della sua Business Class nel secondo trimestre. Entro la fine del terzo trimestre del 2015, la nuova Premium Economy Class verrà installata sull'intera flotta - portando Lufthansa ancora più vicina a diventare la prima compagnia aerea a cinque stelle nell'emisfero occidentale. Inoltre, quasi tutta la flotta di lungo raggio Lufthansa è equipaggiata con il suo servizio di bordo di wireless Internet a banda larga, FlyNet. Per ulteriori informazioni o prenotazioni, visitare il sito [www.LH.com](http://www.LH.com).