

Yoho!Buy 有货®

Criteo In-app 解决方案

助力有货网提升 APP 端 250% 销量



广告效果

↑ 2x

ROI 高于 PC

↑ 90%

点击率高于 PC

↑ 63.47%

因新品发现的销售比重

基于与 Criteo 一年的合作，有货 APP 的广告投放的各项指标都已超出预期。有货 APP 端因新品发现（推荐客户未浏览过的相关产品）而产生的销售量占其总销售额的 **63.47%**，CPA（单个订单成本）只有 PC 的 **35%**。

Yoho!Buy 有货 (www.yohobuy.com) 目前是中国最大的潮流品牌商品销售平台，现已有 200 多个品牌“入驻”平台销售，包括国际潮流品牌、港台知名品牌、内地原创品牌等。Yoho!Buy 有货移动版电商平台“Yoho!Buy 有货”、iOS 版本 APP 于 2012 年同步上线，其中包括“新品推荐”、“品牌推荐”、“品类推荐”、“折扣专区”、“畅销推荐”、“二维码购物”等实用功能。顾客可以立刻购买最新上架的潮流商品，按条件搜索喜爱的品牌和商品，也可以随时了解最新的活动信息，查看在 Yoho!Buy 有货的订单等。



Criteo 无论是从广告效果，还是服务表现，都大大超出了我们的期待。与他们合作后，我们 APP 端的用户活跃度和销售额都实现了大幅提升。

—— Yoho!Buy 有货 市场部



Yoho!Buy 有货 APP (简称有货 APP) 自上线以来一直保持良好的下载量和使用率, 截至 2015 年第三季度, 有货 APP 已经拥有近 700 万的下载用户。然而, 用户量不断增加的同时, 有货 APP 上的用户重复访问量和购买率并没有随之增长。因此, 有货网希望通过 In-app 重定向广告提高三项指标:

- 1、保持现有销售成本的同时, 提高销售额。
- 2、提高 APP 用户的活跃度, 促使其再次进入应用。
- 3、提高 APP 用户的新品购买率。



Criteo 拥有先进的 In-app 动态重定向技术 (Dynamic Retargeting), 该技术基于引擎的强大智能算法, 以及高质精准的媒体流量库存, 能够针对每一位消费者实时投放高关联度的一对一个性化动态广告。Criteo 广告首先向用户推荐浏览过的产品和类目, 然后再向其推荐尚未浏览的新品。引擎还会自动判断 APP 是否被卸载, 如被卸载, 将跳转至客户的移动网站 (HTML5) 或转至应用商店。

Criteo 重定向广告的特别之处还在于其优秀的动态创意结合了 HTML5 技术, 使其不仅可以应用在桌面和移动端, 在 APP 端也可以得到良好的优化效果。通过 HTML5+DCO, Criteo 帮助有货 APP 大大提高了用户的活跃度, 进而提升整体销售量。



1. Criteo 引擎

Criteo 自主学习引擎每天分析超过 230TB 数据, 并且每月覆盖超过 11 亿用户。强大的智能算法可预测用户的购买行为并为用户推荐最相关的产品, 还可以预测哪些用户将会带来高额交易量。

2. Deeplink 技术

通过 Deeplink 技术, Criteo 可以直接将用户导回广告主的 APP 中, 并可跳转至相关产品页, 以更好实现转化。同时, 该技术还可以实现 APP 之间无缝跳转, 并与第三方工具结合实现效果监测。

3. 广告体验

Criteo 拥有一套独特而完备的动态创意优化方案 DCO (Dynamic Creative Optimization), 可通过多维度的优化组合进行量体裁衣式的创意广告设计, 最终生成多达万种的创意方案, Criteo 引擎根据用户浏览习惯从中选择一款最适合其偏好的方案展现在用户眼前。

