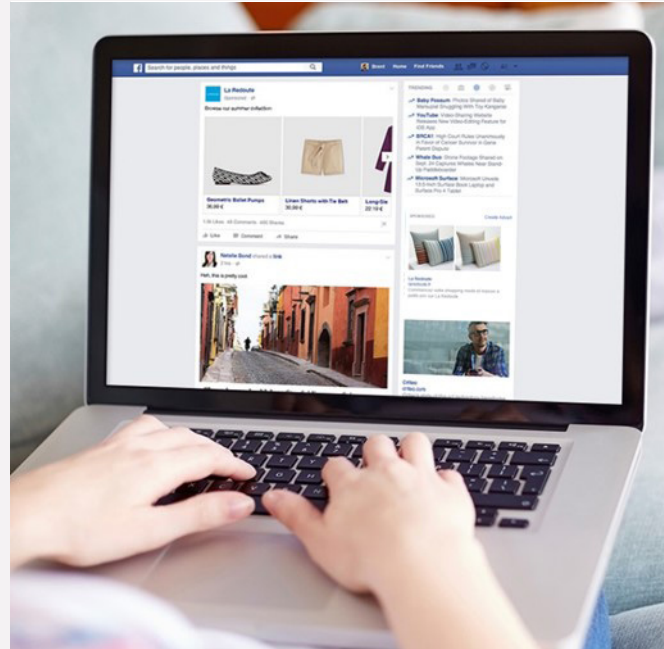


La Redoute

Criteo permet à La Redoute de générer des ventes incrémentales et de recruter de nouveaux clients sur Facebook, en déployant toutes les capacités de ciblage et de recommandation de Criteo Dynamic Retargeting au sein du réseau social.



LES RÉSULTATS



En ajoutant Facebook DPA à ses campagnes Criteo Dynamic Retargeting, La Redoute a recruté 10% de clients supplémentaires, tout en divisant par deux son coût d'acquisition. L'intégration étroite de Criteo à Facebook DPA, associée à la capacité de repérer les intentions d'achat tout au long du parcours, ont permis à La Redoute de générer 28% de commandes supplémentaires, avec un coût par commande 18% inférieur.

Source : Analyse des données de campagne réalisée par Criteo et Madmetrics entre le 19 mars et le 22 avril



La capacité de Criteo à comprendre le parcours d'achat de nos clients est sans égal. En ajoutant Facebook DPA à nos campagnes Criteo, nous avons constaté une amélioration significative de nos performances, avec un CTR 2 fois supérieur et des taux de conversion 3 fois supérieurs sur Facebook DPA. Grâce à une stratégie axée sur la conversion de nouveaux clients, Criteo nous a permis d'attirer plus de 10% de nouveaux clients et de générer plus de 28% de ventes supplémentaires.

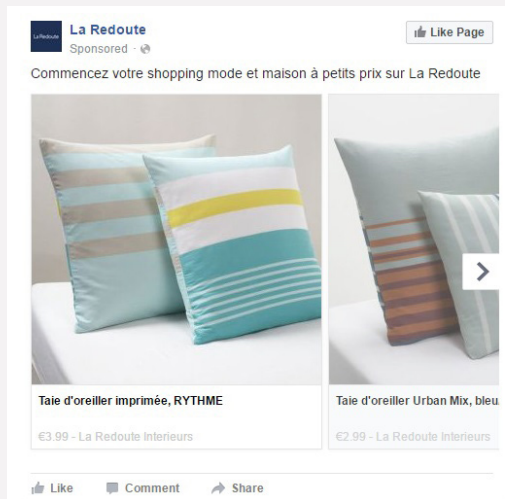
- Matthieu Coilliot, Directeur Marketing - La Redoute



LE CHALLENGE

L'enseigne de vêtements et de mobilier français La Redoute mène des campagnes avec Criteo depuis huit ans, afin d'accroître ses ventes auprès de nouveaux clients et de réengager ses visiteurs passés.

Pour acquérir davantage de nouveaux clients et dynamiser ses ventes, La Redoute souhaitait ajouter Facebook DPA à ses campagnes Criteo Dynamic Retargeting.



LA SOLUTION

Criteo Dynamic Retargeting analyse le parcours de chaque client sur des milliers d'éditeurs et sur chaque appareil, afin d'identifier leurs intentions d'achat. Le moteur Criteo détermine ensuite avec précision l'offre personnalisée la plus pertinente à afficher sur Facebook afin d'obtenir un maximum de conversions, le tout en temps réel.

En exploitant toutes les capacités de Criteo Dynamic Retargeting avec Facebook DPA, La Redoute bénéficie de notre technologie programmatique de pointe au sein de l'environnement Facebook, convertissant ainsi de nouveaux clients et augmentant les ventes aussi bien sur ordinateur que sur application.



FONCTIONNEMENT

1 Augmentation des performances

Analyse des intentions d'achat de chaque internaute tout au long de son parcours.



2 Investissement optimal

Optimisation des enchères Facebook pour augmenter les ventes et réduire les coûts.



3 Parcours complet de l'utilisateur

Analyse de l'intégralité du parcours client grâce à un réseau de plus de 16 000 éditeurs en direct, permettant d'augmenter les taux de conversion.



4 Découverte de nouveaux produits

Notre algorithme prédictif génère jusqu'à 28% de ventes supplémentaires sur des nouveaux produits issus de la totalité du catalogue de l'annonceur.

