

我买网

womai.com

传承中粮品质 · 专注全球美食

Criteo 科韬广告助力我买网超额完成
年货节促销目标



广告效果

在年货节促销期间，Criteo 帮助我买网实现了

↑ 1x

订单量较去年同期增加

↑ 4x

ROI 高于去年同期

↑ 74.76%

因新品推荐的订单占总销售额

我买网 (womai.com) 是由世界 500 强企业中粮集团有限公司于 2009 年投资创办的食品类 B2C 电子商务网站，是中粮集团“从田间到餐桌”的“全产业链”战略的重要出口之一。我买网不仅经营中粮制造的所有食品类产品，还优选、精选国内外各种优质食品及酒水饮料，囊括全球美食与地方特产，是居家生活、办公室白领和年轻一族首选的“食品网购专家”。



//

在我们的年货节促销中，Criteo 为我买网带来的订单质量和数量都大大超出了我们的预期。因此，我们也计划在今后的大型网购节和传统节日中都与 Criteo 继续深入地进行合作。

— 赵晓明 我买网市场总监

//

舌尖美食 只在我买网

面临挑战

随着业务的不断扩大，我买网从 2015 年初开始与多家广告商进行重定向广告投放合作。Criteo 凭借其优秀的解决方案，从近 10 家重定向广告商中脱颖而出，成为我买网重定向渠道的重要战略合作伙伴。在 2016 年初，Criteo 迎来了新的挑战，我买网创办了年货节，其希望在保证既定 ROI 水平的同时，能够通过重定向广告在年货节期间，实现订单量的激增。



解决方案

1. 优先向用户推荐其浏览过的产品，再推荐用户可能感兴趣的产品。通过这样精准、大规模、一对一的广告展示给网站带来大量优质的流量，以保证实现预期 ROI。

2. 针对生鲜类季节性销售需求的特点，Criteo 可以通过人工设置建立针对某个特定产品的单品促销广告，提升产品的推荐度和展示度。这能够保障浏览过该产品的用户最大化接收到该产品的广告横幅，从而提升该产品页面的点击率和转化率。

3. Criteo 引擎可以根据用户的浏览行为和深度为用户推荐最畅销，成交机率最高的产品，从而可促成客户未浏览产品的成交量。



技术亮点

1. Criteo 引擎

每个广告和每次转化的背后都涉及大量数据。Criteo 引擎每天分析超过 230TB 数据，每秒处理 1500 万个请求，并且响应时间不超过 20 毫秒。这样的结果是 Criteo 的自主学习引擎拥有强大的预测和推荐功能，并根据用户的浏览行为和订单量，能够自动优化产品的展示度和推荐度，向用户展示与其相关性或购买可能性最高的产品广告。



2. 跨屏解决方案

Criteo 将精确匹配功能与强大的引擎相结合并应用隐私准则，集成了 Criteo 网络中独特的、匿名的、由客户提供的识别码，能够精准地在各个设备上识别用户。通过这种方式，Criteo 可利用其购买意向算法，通过媒体平台向消费者进行再宣传。



3. 创意动态横幅广告

Criteo 拥有一套独特而完备的动态创意优化方案 DCO (Dynamic Creative Optimization) 可以根据用户的浏览偏好来进行广告展示。基于不同的广告布局、色彩、尺寸、模板，Criteo 最终生成多达上万种的创意方案，以最大化吸引用户的注意，为广告带来更多的点击。

