

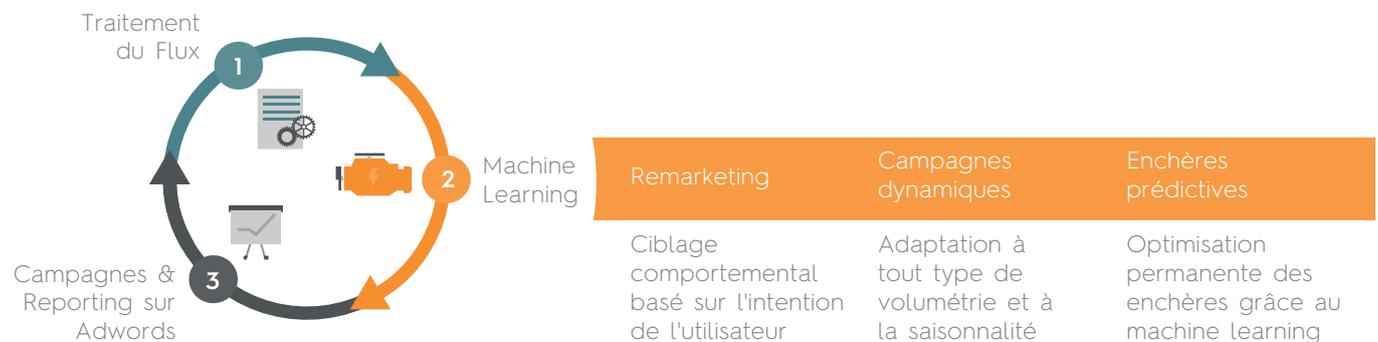
Boostez le ROI de vos campagnes Google Shopping avec Criteo Predictive Search

La concurrence est rude sur Google Shopping, et l'optimisation des campagnes devient de plus en plus complexe et chronophage. En automatisant leurs campagnes Google Shopping, les premiers adopteurs de Criteo Predictive Search ont observé une augmentation de leur revenu de 22% à 49%.



À la différence d'une gestion manuelle et réactives des Product Listing Ads (PLA), Criteo Predictive Search est intégralement conçu pour dynamiser les ventes et le ROI de vos campagnes Google Shopping, sans aucun effort. Entièrement automatisés, nos algorithmes analysent chaque mois les comportements de navigation de plus de 1,2 milliard de consommateurs, afin d'identifier leurs intérêts et de prédire leurs intentions d'achat. Grâce à ces données, Criteo Predictive Search ajuste en permanence chaque aspect de vos campagnes pour en maximiser le ROI.

Comment fonctionne Criteo Predictive Search ?



Résultats

BrandAlley

Criteo Predictive Search a permis à BrandAlley d'améliorer significativement ses performances sur Google Shopping, grâce à une automatisation complète des campagnes et des enchères sur plus de 50 000 produits, tout en tenant compte des variations saisonnières et en préservant le taux de nouveaux clients.





Étant donné les objectifs de performance que nous attendons de Google Shopping, Criteo Predictive Search nous permet d'être plus ambitieux ; et sur un levier extrêmement complexe, nous sommes désormais convaincus par l'automatisation.

- Sébastien Robles, Directeur Marketing et Communication, BrandAlley



Caractéristiques et Bénéfices

Performance

Notre technologie éprouvée de Machine Learning vous affranchit des optimisations manuelles et chronophages de vos campagnes Google Shopping, et vous garantit ainsi un meilleur ROI.



Prédiction

L'analyse du parcours d'achat de plus de 1,2 milliard d'internautes à travers le monde nous permet de construire des listes de remarketing (RLSA) tenant compte du niveau d'engagement de chaque utilisateur.



Automatisation

L'ajustement automatisé et continu de vos campagnes, de leurs structures, de leurs paramétrages, des niveaux d'enchères et des budgets vous font gagner un temps considérable.



Machine Learning

Criteo Predictive Search apprend en permanence, et répond à tout type de volumétrie des campagnes Google Shopping, en s'adaptant même aux pics d'activité saisonniers.



Pour en savoir plus sur Criteo Predictive Search, rendez-vous sur www.criteo.com/fr

À propos de Criteo

Criteo est une société mondiale, leader de la publicité numérique à la performance, avec plus de 14 000 sociétés clientes dans le monde et des relations directes avec des milliers d'éditeurs dans le monde. Criteo est présent dans plus de 90 pays avec plus de 2 500 salariés dans 30 bureaux répartis à travers les Etats-Unis, l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique et l'Asie.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.criteo.com/fr.

criteo.