



Criteo stellt innovative Technologie für optimale Ad-Personalisierung und einheitliches Branding vor

- *Kinetic Design bietet dank 17 Billionen visuellen Ad-Varianten eine praktisch uneingeschränkte Personalisierung bei einheitlichem Branding*
- *One-on-One Kundenerfahrung beweist Salessteigerungen von 15 Prozent*

München, 7. Dezember 2016 – [Criteo \(CRTO\)](#), das Technologieunternehmen für Performance Marketing, gibt den Start von Kinetic Design bekannt. Die Technologie liefert optisch ansprechende, Marken-konforme Ads, deren Inhalte für jeden Nutzer individuell optimiert sind. Die Ads werden darüber hinaus in Echtzeit eingeblendet, wozu die Ad-Größe und das Layout vorab nicht angepasst werden müssen. Dafür werden die Markenidentität und Ad-Anforderungen jedes Kunden in ein umfassendes, maschinenbasiertes System eingespeist, das die visuelle Aufmachung der Anzeigen bestimmt. Dies erlaubt es Marketern, eine bessere Kundenbindung, höhere Reichweite und herausragende Ad-Performance zu erzielen. Das Branding bleibt dabei über die Kampagnen hinweg der Ästhetik der Marke treu.

Kinetic Design bietet nahezu unbegrenzte Personalisierungsmöglichkeiten und kann über 17 Billionen visuelle Gestaltungsvariationen generieren. Kinetic Design ergänzt die leistungsstarken Produktempfehlungen von Criteo und gewährleistet, dass Ad-Content für die Echtzeit-Shopping-Interessen aller Nutzer maßgeschneidert ist. Marketer können nun Botschaft und Markenerfahrung über die gesamte digitale User-Experience hinweg verwalten. Kinetic Design liefert sowohl ein markenorientiertes Design als auch unerreichte Ad-Performance, da jede Impression individuell für den Nutzer geschaffen wird. In einem Criteo-Test mit 44 Milliarden Impressions steigerten die erweiterten Funktionalitäten von Kinetic Design die Interaktion und erhöhten die Umsätze um 15 Prozent.

„Mit Kinetic Design erreichen Marketingverantwortliche einen starken Markenauftritt und profitieren zudem von der herausragenden Performance, für die wir bekannt sind“, sagt Patrick Wyatt, Senior Vice President, Product Management bei Criteo. „Mit der Kombination aus außergewöhnlichem Content und granularer Personalisierung können Marketer basierend auf den neuen Branding- und Design-Funktionen perfekte Kampagnen starten.“

Die Konkurrenz stützt sich zum Großteil noch auf breite Segmentierungen und historische A/B-Tests, die häufig nur eine veraltete Annäherung erlauben. Criteo hingegen nutzt Echtzeit-Daten, um die Impressions für jeden Konsumenten zu personalisieren. Kinetic Design ist ab sofort für alle 13.000 Criteo-Kunden weltweit verfügbar.



Kinetic Design beruht auf drei Komponenten:

- **Composer:** Diese leistungsfähige Technologie erlaubt es dem Kreativteam von Criteo, für jeden Kunden ein digitales Design-Framework zu schaffen, das auf den Brand-Vorgaben basiert. Dieses Framework ermöglicht die Personalisierung für die über 1,2 Milliarden aktiven, monatlichen Criteo-Nutzer und gewährt dabei trotzdem einen einheitlichen Markenauftritt.
- **Real-Time Creative Optimization:** Kinetic Design stellt sicher, dass sich alle Designs am Kundenverhalten orientieren. Es optimiert jede Ad auf Basis von Echtzeit-Kundenverhalten und Kontext und nutzt dazu die relevantesten Design-Elemente aus dem erarbeiteten Composer-Rahmen. So wird eine echte One-on-One Kundenerfahrung möglich.
- **Renderer:** Renderer macht Schluss mit Beschränkungen für Ad-Größe oder Layout. Das optimale Layout lässt sich nun dynamisch generieren und die Ad-Größe auf das Angebot der verschiedenen Publisher weltweit anpassen. So haben Marketer die einzigartige Möglichkeit, Nutzer ohne Verzögerung über das umfassende Publisher-Netzwerk von Criteo anzusprechen. Überlegungen zum Design sind nicht länger nötig.

Kinetic Design schließt die Lücke zwischen Funktion und Design. Dank personalisierter und effektiver Ads, verbunden mit einem einheitlichen Markenimage, erreichen Marketer einen spürbaren Effekt auf Click-Through Raten, Sales und Umsatzziele. Mehr über Kinetic Design: <http://www.criteo.com/products/kinetic-design/>.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) bietet personalisiertes Performance-Marketing in großem Maßstab. Das Unternehmen misst Verkäufe nach Klicks und macht so den Return on Investment transparent und einfach messbar. Criteo beschäftigt 2.200 Mitarbeiter an 30 Standorten in Nord- und Südamerika, dem EMEA-Raum und der Asien-Pazifik-Region. Das Unternehmen betreut mehr als 13.000 Werbungtreibende weltweit und ist direkt an mehr als 17.500 Publisher angebunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.criteo.com/de/.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing
Senior PR Manager Central Europe, Eastern Europe, MEA
f.herzing@criteo.com
+49-89-189285-159

PR-Agentur:

HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom
Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru
martin_stummer@hbi.de / andrej_kornienko@hbi.de / duygu_duru@hbi.de
+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44