

DIAGEO

Diageo, uma líder mundial em bebidas alcoólicas, realizou uma campanha teste com a Criteo e teve um grande aumento de vendas e do ROAS (Retorno do investimento em publicidade). Com um ano de programa, o objetivo era incorporar descobertas importantes na nova campanha para gerar retornos ainda maiores e aumentar a participação no mercado.



OS RESULTADOS

↑ **90** milhões
Impressões

↑ **40x**
Aumento do ROAS
(Retorno do investimento em publicidade)

↑ **40%**
de retornos de campanhas de cross-sell

A Diageo gerou quase 90 milhões de impressões pelos Sponsored Products da Criteo, impulsionando as vendas e o reconhecimento da marca. O ROAS teve um aumento impressionante de 4.000%, mais que o dobro da campanha inicial durante o mesmo período em 2014. Mais de 40% das vendas atribuídas à Criteo tiveram origem em áreas de cross-sell. Essas vendas não teriam sido possíveis sem os Sponsored Products da Criteo. Linhas de produtos individuais, como Baileys e Smirnoff, tiveram um aumento no ROAS de até 6.000% sobre vendas já consolidadas.

.Ideas



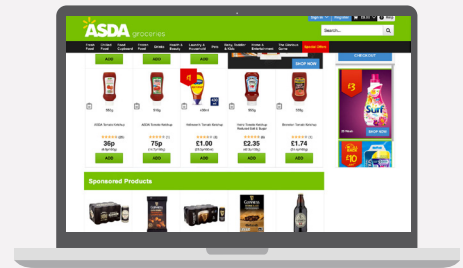
A Criteo continua gerando resultados incríveis no portfólio da Diageo, com foco total no cliente e recomendações estratégicas. Obtivemos uma vantagem competitiva real durante o ano, e também nas datas sazonais. A venda de produtos cross-sell foi uma ideia genial para nossa categoria, que costuma ser orientada pela compra por impulso.

- Jan Wong,
gerente de comércio eletrônico



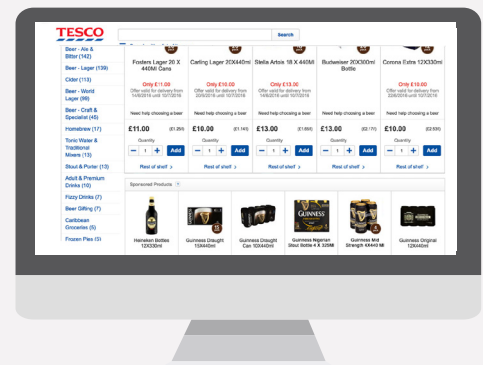
O DESAFIO

A Diageo, uma líder mundial em bebidas alcoólicas, tinha realizado uma campanha teste com a Criteo e teve um grande aumento de vendas e do ROAS (Retorno do investimento em publicidade). Prestes a concluir um ano de programa, o objetivo era incorporar descobertas importantes na nova campanha para gerar retornos ainda maiores e aumentar a participação no mercado.



A SOLUÇÃO

Considerando o forte posicionamento orgânico atual nas listas de comércio eletrônico em suas principais categorias, a Criteo recomendou oportunidades de cross-sell (anúncios fora da categoria de bebidas alcoólicas) usando a funcionalidade Multiplicadores de lances, na qual as marcas podem aumentar ou diminuir os lances de custo por clique (CPC) da campanha para diferentes tipos de anúncio. Os lances nos produtos específicos da categoria e nos de cross-sell possibilitaram colocações abrangentes de impressões nos tipos de páginas Categoria, Departamento, Corredor e Prateleira para atingir o cliente em sua jornada de compras, inclusive nos momentos de pesquisa.



COMO FUNCIONA

1 Adicione fundos à sua conta

Os fundos aparecem em sua conta em até 24 horas.



3 Dê lances

Veja seus anúncios ao vivo em sites de varejo em questão de minutos.



2 Escolha os produtos da campanha

SKUs selecionados para engajar compradores que navegam em sites de comércio eletrônico.



4 Veja 360° de atribuição

Conecte compradores e suas compras em uma rede de mais de 50 sites de varejo.

