

trimfit

A Trimfit, uma marca de vestuário infantil que oferece roupas íntimas, sutiãs, meias, botinhas e meias-calças para crianças de ambos os sexos, buscava novas maneiras de aumentar o reconhecimento da marca em várias novas categorias de produtos.



OS RESULTADOS



Nos dois primeiros meses da campanha da Trimfit com os Sponsored Products da Criteo, a empresa obteve resultados que incluíram um ROAS acima de 1.300%, 13 milhões de impressões e um aumento de 40% na taxa de conversão.



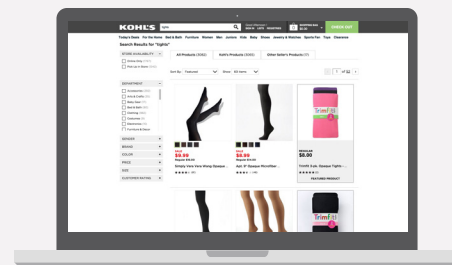
Todas as campanhas que a Trimfit executou com a Criteo tiveram retornos extremamente positivos e acima dos padrões vigentes. Com base nos resultados, estou convencido de que a Criteo continuará sendo uma parte fundamental de nossa estratégia de marketing digital.

- Ryan Craver, presidente e CEO



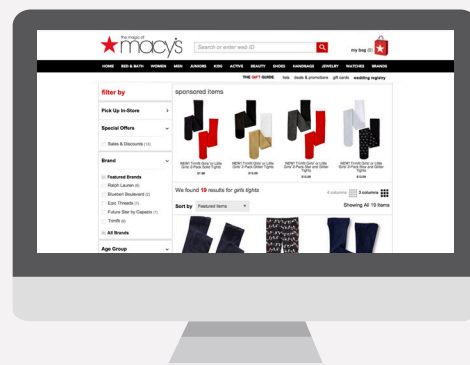
O DESAFIO

Como uma marca historicamente conhecida por meias e roupas íntimas de alta qualidade, a Trimfit estava em busca de estratégias que ajudassem a posicionar novas categorias, como botinhas infantis com pressão e chinelos, para, em última análise, aumentar seus negócios, a base de clientes e as vendas.



A SOLUÇÃO

Considerando que os produtos da Trimfit atualmente são vendidos em sites de nossa rede de varejistas incluindo Kohls e Macy's, a incorporação da Criteo era a maneira perfeita de demonstrar a linha de produtos em rápida expansão da marca.



COMO FUNCIONA

1 Adicione fundos à sua conta

Os fundos aparecem em sua conta em até 24 horas.



2 Escolha os produtos da campanha

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



3 Dê lances

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



4 Veja 360° de atribuição

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

