|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 2 – Utiliser Criteo | | |
| **Durée** : 15’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

### **Travail à faire**

Après avoir lu les **documents 1** et **2**, répondez aux questions suivantes :

1. Comment est constitué la base de données consommateur de Criteo ?
2. Quelles sont les promesses de Criteo à ses annonceurs ?
3. Quel peut être l'apport de l'intelligence artificielle dans ce type de démarche ?

**Doc. 1 Maximisez vos ventes avec Criteo.**

*Source : https://www2.criteo.com/fr/*

**Boostez votre ROI1 potentiel avec le réseau publicitaire de Criteo.**

Envie de proposer des annonces display2 ultra-personnalisées ? Des publicités sur lesquelles les shoppers3 ont envie de cliquer ? Transformez vos objectifs en résultats : que vous vouliez optimiser votre trafic web ou battre de nouveaux records de ventes, faites confiance aux solutions ad tech de Criteo.

5 bonnes raisons de choisir Criteo :

* **La base de données consommateur la plus riche au monde.** Reconnues pour leur efficacité, les annonces Criteo s’appuient sur les données de 75 % des shoppers online actifs chaque mois dans le monde entier, et sur 800 milliards de dollars de ventes e-commerce annuelles.
* **L'IA4 au service du display pour du shopping intelligent.** Créez des annonces hyper-pertinentes et boostez l'engagement grâce à nos différentes fonctionnalités à la pointe de l’IA, fruits de 12 ans de tests et de recherche.
* **Un reach5 et une visibilité hors pairs.**Diffusez vos annonces sur les meilleurs emplacements de plus de 18 000 éditeurs premium grâce à un réseau de relation directe, des plates-formes d'ad exchange et des inventaires vidéo, mobiles et sur réseaux sociaux.
* **Plus de flexibilité.**Personnalisez vos campagnes grâce à un large éventail d'objectifs publicitaires (de la prospection à la conversion) et différents types d'audiences (les vôtres ou les nôtres).
* **Plus de transparence.**Visualisez vos métriques et insights clés pour optimiser vos campagnes, maximiser le trafic et doper les ventes.

Améliorez votre visibilité. Touchez plus de shoppers. Augmentez vos ventes. La technologie Criteo se met au service des entreprises - quelle que soit leur taille. Parlons-en !

# **Doc. 2 Criteo dévisse en bourse suite à l'annonce par Google de la fin des cookies tiers dans Chrome d'ici 2022**

*Source : https://www.usine-digitale.fr*

L'action de Criteo est tombée à 15,9 dollars – son taux le plus bas depuis 1 an – suite à l'annonce faite par Google qu'il va supprimer d'ici 2022 les cookies tiers dans Chrome. Une situation plusieurs fois subie par le spécialiste français du reciblage publicitaire, qui tente de diversifier ses revenus depuis deux ans pour réduire sa dépendance aux GAFAM.

*1 - ROI : Retour sur investissement*

*2 - Annonce display : Annonce publicitaire*

*3 - Shopper et shoppers online : acheteur ou consommateur en ligne*

*4 - IA : Intelligence artificielle*

*5 - Un reach : c’est l’audience d’une publication*

### **Réponses**

1. Comment est constitué la base de données consommateur de Criteo ?
2. Quelles sont les promesses de Criteo à ses annonceurs ?
3. Quel peut être l'apport de l'intelligence artificielle dans ce type de démarche ?