

CRITEO

COMMERCE MEDIA IN OPKOMST



“De digitale industrie verandert snel”, zegt Tijmen Willems, Country Director Benelux & Nordics bij Criteo, het technologiebedrijf dat marketeers wereldwijd ondersteunt met impactvolle advertenties. “Consumenten stellen hogere eisen aan online-ervaringen, grote techplatforms wijzigen geregeld hun technische voorwaarden en privacywetgeving is constant in beweging.” Voor hem staat vast dat goed managen en inzetten van first party data cruciaal is voor toekomstig succes, van marketeers en (media-)uitgevers.

Gebruik van Commerce Media is dé manier om dat te doen, aldus Willems. “Dat draait om op grote schaal data over aankopen en aankoopintenties te gebruiken voor verrijken en relevant maken van doelgroepen. Daarna verbind je die data met media om de juiste advertenties op de juiste plaats in te zetten.”

Dit is makkelijker gezegd dan gedaan. “Beheren en activeren van data vraagt veel technologische kennis en capaciteit.” Ook is Commerce Media op het open internet gefragmenteerd. “Demand-side platforms (DSP’s) en supply-side platforms (SSP’s) opereren afzonderlijk van elkaar.” Voor goede toepassing van de technologie is bovendien veel data nodig.

Het Commerce Media Platform van Criteo is de oplossing om in de toekomst succesvol te blijven, gaat Willems verder. “Ons platform brengt kopers en verkopers van advertenties samen en heeft DSP-functionaliteiten.” Een ander groot pluspunt is de schaal. “Wij zien jaarlijks \$900 miljard aan transacties voorbijkomen, dat is ongeveer drie keer zoveel als bijvoorbeeld Amazon. Onze AI Engine zet de gegevens om in relevante advertenties. Onze schaal helpt marketeers succes te boeken in ons netwerk van duizenden uitgevers.”

WWW.CRITEO.COM



OTSMS

- Order
- Transport
- Shipping
- Management Software

Supporting

- ✓ B2B
- ✓ B2C
- ✓ B2BC
- ✓ D2B
- ✓ D2C
- ✓ D2BC
- ✓ BD2BC
- ✓ C2C

DELIVERYMATCH

REGIE OVER COMPLETE LOGISTIEKE KETEN



“DeliveryMatch combineert ordermanagement, transportmanagement en verzendmanagement, van checkout tot deurbel voor B2BC en D2BC”, zegt Roland Slegers over zijn bedrijf. “Niemand anders biedt deze functionaliteit in één platform.” Groot voordeel is dat de sales en de logistieke concepten naadloos op elkaar aansluiten. “Wij hebben de kennis en ervaring om beide realtime te integreren.” Bij een bestelling met producten uit meerdere magazijnen moet meteen duidelijk zijn of en op welk moment bezorging in één drop kan plaatsvinden, zodat geen verrassingen voor klanten ontstaan, legt Slegers uit.

DeliveryMatch houdt rekening met voorraden op verschillende plaatsen, automatiseert de selectie van (multi) carrier, (multi) warehouse en de verzending. Het helpt pieken en dalen van volumes in de keten af te vlakken met vraagsturing en capaciteitsmanagement. Daardoor kan het platform consumenten zelf een betrouwbaar bezorgmoment laten kiezen. Het geeft consumenten, onze klanten en logistieke partijen de regie over de complete logistieke keten. Inmiddels maken ruim achthonderd bedrijven gebruik van de software. Zij verhogen hun sales en verlagen tegelijkertijd de logistieke kosten en de CO2 emissie.

“Toen ik negen jaar geleden begon met DeliveryMatch was het al heel wat dat je een verzendlabel kon bieden aan webshops, wij wilden veel meer. Met ons concept roeiden we tegen de stroom in, we hebben doorgezet en plukken daar nu de vruchten van. We hebben een fantastisch team dat pro-actief blijft zoeken naar nieuwe mogelijkheden en dat meedenkt over de beste oplossing voor onze klanten. Zij worden zeer gewaardeerd door onze klanten, partners en mijzelf!”

WWW.DELIVERYMATCH.NL