

Transcripcions en espanyol i català

Entrevista a Elsa Bahamonde, directora general de Criteo España y Portugal

«ELSA BAHAMONDE»

«Directora General de CRITEO España y Portugal»

Elsa:

Soy Elsa Bahamonde, directora general de Criteo España y Portugal.

«¿Por qué participa en el eShow?»

Elsa:

Cuando decidimos participar en eShow, es un momento para nosotros de estar en contacto con nuestros clientes, de poder explicar cuál es nuestra tecnología, de estar presentes en un evento que importa en el sector y realmente también para poder aprender de otras tecnologías y de otras empresas del sector.

«¿Qué es Criteo?»

Elsa:

Criteo es una empresa de tecnología global de marketing de resultados que hace publicidades personalizadas a nivel *cross-device* y a nivel *cross-dispositivo* para los diferentes clientes con los que trabajamos. Somos una empresa que está presente en 130 países con 35 oficinas. Trabajamos con más de 8.000 clientes en el mundo y el objetivo realmente es poder ofrecerles una publicidad personalizada para sus usuarios, enseñar la buena publicidad en el buen momento al buen usuario con el buen producto usando diferentes tecnologías: una tecnología de recomendación, una tecnología de predicción y luego, para que los *banners* sean adaptados al usuario, una tecnología que llamamos Darwin, que permite en el fondo adaptar los *banners* a cada uno de los usuarios a nivel de colores y a nivel de *layouts*.

«¿Cuál es el valor diferencial de Criteo?»

Elsa:

Criteo es una empresa sobre todo tecnológica. Trabajamos en marketing digital, claro que sí, pero sobre todo lo que nos caracteriza es el hecho de tener una gran base de ingenieros. Tenemos uno de los centros de I+D más importantes de Europa; prácticamente el 35 % de nuestra plantilla son ingenieros que no paran de innovar para buscar cuáles son los puntos fuertes del futuro. Trabajamos con una visión multivertical; tanto a nivel *mobile*, *smartphone* y *tablet*, *laptop*... También trabajamos en el entorno Inup, tenemos herramientas de *email retargeting* muy eficaces. Es decir, somos capaces de trabajar en muchos canales diferentes. Aparte, todo lo que se hace en Criteo es pro *ROI*, es decir, es medible, es calculable y el objetivo es que el cliente pueda tener mejor *ROI* con las campañas que hace con nosotros.

«¿Cómo ves el futuro del marketing digital?»

Elsa:

Creo que para poner en marcha una buena estrategia de marketing es muy importante pensar en el usuario a lo largo de todo su *journey* en el fondo de todos los dispositivos que va a usar. Sabemos que un usuario ahora mismo tiene de media unos 3 dispositivos. En el 2017 se prevén 5 dispositivos. Si no eres capaz de hacer una estrategia de marketing, un plan de marketing que responda a esa lógica, vas a estar perdiendo el contacto con el usuario y no vas a ser capaz de tener una estrategia de marketing con un buen *ROI* que realmente te permita contactar con ese usuario. Si ha comprado en su *laptop*, ya no es necesario que estés impactando en su *smartphone*, en su *tablet* o en su ordenador de trabajo. Hay que ser capaz de tener una estrategia totalmente *cross-device*, bien hecha y bien pensada. Con lo cual, yo creo que el futuro es ir hacia allí.

«¿Cuánto tiempo lleva en el sector?»

Elsa:

Llevo en el sector 11 años. Empecé en Vente Privée, casi 4 años. Luego estuve en Pixmania un par de años y ahora llevo ya 5 años en Criteo. Me parece que es un sector extremadamente divertido, apasionante y donde las cosas no paran de evolucionar.

«MARKETING4ECOMMERCE»

Entrevista a Elsa Bahamonde, directora general de Criteo Espanya i Portugal

«ELSA BAHAMONDE»

«Directora General de CRITEO Espanya i Portugal»

Elsa:

Soc l'Elsa Bahamonde, directora general de Criteo Espanya i Portugal.

«Per què participa a l'eShow?»

Elsa:

Quan decidim participar a l'eShow, és per a nosaltres un moment d'estar en contacte amb els nostres clients, de poder explicar quina és la nostra tecnologia, d'estar presents en un esdeveniment que importa en el sector i realment, també, per poder aprendre d'altres tecnologies i d'altres empreses del sector.

«Què és Criteo?»

Elsa:

Criteo és una empresa de tecnologia global de màrqueting de resultats que fa publicitats personalitzades a partir del *cross-device*, és a dir, del *cross-dispositiu*, per als diferents clients amb qui treballem. Som una empresa que està present en 130 països amb 35 oficines. Treballem amb més de 8.000 clients d'arreu del món i l'objectiu realment és poder-los oferir una publicitat personalitzada per als seus usuaris, ensenyar bona publicitat en el moment adequat a l'usuari adequat amb el producte adequat usant diferents tecnologies: una tecnologia de recomanació, una tecnologia de predicció i després, per tal que els bàners s'adaptin a l'usuari, una tecnologia que coneixem com a Darwin, que permet en el fons adaptar els bàners a cadascun dels usuaris pel que fa a colors i pel que fa als esbossos.

«Quin és el valor diferencial de Criteo?»

Elsa:

Criteo és una empresa sobretot tecnològica. Treballem en màrqueting digital, és clar que sí, però sobretot els que ens caracteritza és el fet de tenir una gran base d'enginyers. Tenim un dels centres de I+D més importants d'Europa; pràcticament el 35 % de la nostra plantilla està formada per enginyers que no paren d'innovar per buscar quins són

els punts forts del futur. Treballem amb una visió multivertical; tant pel que fa a mòbils, com a telèfons intel·ligents i tauletes, ordinadors portàtils... També treballem en l'entorn Inup, tenim eines d'*email retargeting* molt eficaces. És a dir, som capaços de treballar en molts canals diferents. A part, tot el que es fa a Criteo és pro ROI, és a dir, és mesurable, és calculable, i l'objectiu és que el client pugui tenir millor ROI amb les campanyes que fa amb nosaltres.

«Com veus el futur del màrqueting digital?»

Elsa:

Crec que per posar en marxa una bona estratègia de màrqueting és molt important pensar en l'usuari al llarg de tot el seu viatge en el fons de tots els dispositius que utilitzarà. Sabem que un usuari ara mateix té de mitjana uns 3 dispositius. El 2017 es preveuen 5 dispositius. Si no ets capaç de fer una estratègia de màrqueting, un pla de màrqueting que respongui a aquesta lògica, aniràs perdent el contacte amb l'usuari i no seràs capaç de tenir una estratègia de màrqueting amb un bon ROI que realment et permeti contactar amb aquest usuari. Si ha comprat en el seu ordinador portàtil, ja no és necessari que estiguis impactant en el seu telèfon intel·ligent, en la seva tauleta o en el seu ordinador de treball. S'ha de ser capaç de tenir una estratègia totalment *cross-device*, ben feta i ben pensada. Amb la qual cosa, jo crec que el futur és anar cap aquí.

«Quant de temps porta en el sector?»

Elsa:

Porto 11 anys en el sector. Vaig començar a Vente Privée, quasi 4 anys. Després vaig estar a Pixmania un parell d'anys i ara ja en porto 5 a Criteo. Em sembla que és un sector extremadament divertit, apassionant i en el qual les coses no paren d'evolucionar.

«MARKETING4ECOMMERCE»