

Eigenschap	Criteo	Vernieuwde Sponsored Products (2.0)
Bied mogelijkheden	<ul style="list-style-type: none"> Bieden op producten Bieden op pagina met Bid multiplier 	<ul style="list-style-type: none"> Bieden op producten Bieden op zoekwoorden
Automatisch bieden	<ul style="list-style-type: none"> Niet mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> Mogelijk (op basis van doel ACoS) voor zowel producten als zoekwoorden
Bied opties	<ul style="list-style-type: none"> Bieden op productgroep niveau Bieden op SKU niveau. 	<ul style="list-style-type: none"> Bieden op campagne niveau Bieden op per product niveau Bieden op zoekwoord niveau
Landselectie	<ul style="list-style-type: none"> NL BE NL & BE 	<ul style="list-style-type: none"> NL BE NL & BE
Wijze van campagne opzetten	<ul style="list-style-type: none"> Zelf bepalen welke producten je in welke campagnes zet. Custom made. 	<ul style="list-style-type: none"> Volledig zelf samen te stellen
Wijze van opwaarderen	<ul style="list-style-type: none"> Via opwaardeerformulier (met doorlooptijd van ca. 2 wkn) 	<ul style="list-style-type: none"> In het verkopersaccount (directe verwerking)
Betalingswijze	<ul style="list-style-type: none"> Kosten per klik Betaling achteraf 	<ul style="list-style-type: none"> Kosten per klik Betaling achteraf
Facturatie	<ul style="list-style-type: none"> Losse facturen 	<ul style="list-style-type: none"> Onderdeel all-in-one factuur bol.com (met verrekening advertentiekosten en bol.com inkomsten)
Posities op bol.com platform	<ul style="list-style-type: none"> Lijstpagina (posities 3-4, 15-16, 29-30) Product detail pagina (PDP) App (lijstpagina) 	<ul style="list-style-type: none"> Lijstpagina (posities 3-4, 15-16, 29-30) Product detail pagina (PDP) App (lijstpagina - <i>binnenkort</i>)
Veilingsysteem (wat betaalt de winnaar van de veiling)	<ul style="list-style-type: none"> 1st price auction (hoogste bidder wint en betaalt zijn bod) 	<ul style="list-style-type: none"> 2nd price auction (hoogste bidder wint en betaalt de bieding van nr2 + 1 cent)
Attributiemodel (hoe worden conversies gemeten)	<p><i>Het meten van conversies in het vernieuwde Sponsored Products gebeurt op basis van een meer beperkte definitie dan het geval is in Criteo, waar het attributiemodel juist heel ruim is opgezet. Het gevolg is dat in het vernieuwde Sponsored Products een meer directe relatie is te zien tussen de campagne en de (extra) conversies, waardoor de data accurater is en je je campagnes beter kunt sturen.</i></p> <p><i>Belangrijkste verschillen in het attributiemodel van het vernieuwde Sponsored Products zijn:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>de kortere post click termijn</i> <i>het ontbreken van post view berekening</i> <i>het toekennen van een conversie aan een campagne als een willekeurig ander product (van dezelfde verkoper) is verkocht.</i> 	

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>30 dagen post click:</i> Opgebouwd uit 3 elementen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 30 dagen) het product. 2. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 30 dagen) een product uit dezelfde categorie. 3. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 30 dagen) een ander product van dezelfde /verkoper + <ul style="list-style-type: none"> • 24h post view: Een bezoeker ziet de Sponsored Products advertentie, klikt er niet op, en koopt exact hetzelfde artikel binnen 24 uur. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>14 dagen post click:</i> Opgebouwd uit 3 elementen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 14 dagen) het product. 2. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 14 dagen) een ander product uit dezelfde campagne 3. Een bezoeker klikt op de advertentie en koopt (binnen 14 dagen) een ander product uit dezelfde categorie (van dezelfde verkoper)
Rekenmethode voor ROI	ROAS (Return On Advertising Spend) Sales via advertentiecampagne $ROAS = \frac{\text{Sales via advertentiecampagne}}{\text{Advertentiekosten}}$ ROAS: hoe hoger hoe gunstiger	ACoS (Advertising Cost of Sales) Advertentiekosten $ACoS = \frac{\text{Advertentiekosten}}{\text{Sales via advertentiecampagne}}$ ACoS: hoe lager hoe gunstiger
Vertraging start campagne (wanneer worden resultaten zichtbaar op bol.com)	Max 24uur	Max. 2 uur
Dashboard delay wanneer wordt data ververst in het dashboard in de tool	1 dag	Max. 2 uur