



Portail de consommateurs nr. 1 en Europe

Ulrike Piesch

PR Manager EMEA

Tel +49 89 31767 378

Fax +49 89 35043 366

ulrikep@microsoft.com

www.ciao-group.com

www.ciao.de

www.socialmedia.ciao.de

www.twitter.com/ciaode

Microsoft Deutschland GmbH
Ciao Commerce Division
Leopoldstr. 236
80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:

Achim Berg (Vorsitzender), Marcel
Schneider, Benjamin O. Orndorff,
Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438

A propos de Ciao

Ciao est le principal comparateur de prix et portail de consommateursⁱ en Europe. Ciao propose aux consommateurs en France, en Allemagne, au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne, aux Pays-Bas et en Suède des informations détaillées, des avis et des comparaisons de prix pour plus de 12,1 millions de produits, pour plus de 20 catégories de première importance. Actuellement 5,9 millions d'avis sur différents produits sont disponibles en ligne – que ce soit sous la forme écrite ou de vidéos. Aujourd'hui, grâce à sa gamme complète de services, Ciao se classe parmi les communautés de consommateurs ainsi que les comparateurs de prix de premier plan face à un marché du e-commerce effervescentⁱ.

Les sept portails Ciao (www.ciao.fr, www.ciao.de, www.ciao.co.uk, www.ciao.it, www.ciao.es, www.ciao-shopping.nl, www.ciao.se) sont exploités par la société Ciao GmbH, dont le siège principal se trouve à Munich. Depuis le 15 octobre 2008, Ciao appartient à la société Microsoft Corporation (Nasdaq: MSFT). D'autres bureaux de Ciao se situent à Londres, Timisoara (Roumanie) et Wroclaw (Pologne).

Historique de Ciao

Le portail de consommateurs Ciao a été lancé par la ciao.com AG en juin 1999 à Munich. Le portail Internet propose aux consommateurs un portail d'échange d'informations sur les produits et services, afin d'apporter plus d'informations et de sécurité en matière d'achat sur Internet, domaine alors en pleine expansion.

Ceci fait de Ciao l'un des premiers portails d'avis dédié aux consommateurs sur le marché. Début 2001/2002, Ciao, la jeune entreprise Internet a utilisé la consolidation en cours de la nouvelle économie comme une occasion de se concentrer sur ses domaines essentiels de l'e-commerce et de l'étude de marché. En 2005 l'entreprise multinationale américaine Greenfield Online Inc. a intégré la société Ciao GmbH alors en pleine croissance.

Le 1er mai 2007, le leader européen parmi les portails de consommateurs et de comparaison de prix a scindé ses divisions Ciao Comparison Shopping et Ciao Surveys en deux sociétés séparées: Ciao GmbH et Ciao Surveys GmbH. Avec deux structures de gestion indépendantes, les deux nouvelles sociétés peuvent se consacrer plus étroitement à leurs domaines essentiels respectifs, le portail de consommateurs et de comparaison de prix, et l'étude de marché en ligne, et par conséquent élargir leurs rôles de leaders dans ces domaines.

Depuis octobre 2008, la société Ciao GmbH appartient à Microsoft Corporation (Nasdaq : MSFT). Grâce à cette acquisition Microsoft élargit son offre dans les domaines de recherche et du commerce en ligne en Europe. Faisant désormais partie intégrante du nouveau moteur de recherche de Microsoft, Bing, et en étant le lien shopping sur MSN.fr, Ciao est devenu un site de référence, facilitant les décisions d'achats des consommateurs, notamment grâce aux avis de la communauté Ciao.

La gamme de services

Le portail de consommateurs et de comparaison de prix

Grâce à Ciao, les consommateurs français, allemands, britanniques, espagnols, italiens, néerlandais et suédois, peuvent effectuer leurs achats en ligne dans la langue de leur pays.



Ciao permet aux consommateurs de trouver des informations complètes sur le shopping en ligne – de manière indépendante, claire et à partir d’une source unique. Ciao offre aux consommateurs une recherche optimale pour chacune de leurs décisions d’achat. Ciao met à leur disposition 5,9 millions d’avis et ainsi que des informations détaillées portant sur plus de 12,1 millions de produits avec également une comparaison de prix et des sites en ligne.

Catégories de produits

Avec plus de 20 catégories de produits, ce portail de consommateurs couvre tous les domaines essentiels du shopping en ligne. Ciao agrandit et actualise en permanence sa gamme de produits et de services en fonction de l’évolution et des exigences du marché du e-commerce.

Web 2.0

Dans le cadre du développement du commerce social pour le Web 2.0, Ciao s’est intéressé très tôt à l’évolution de la vidéo sur Internet. Parmi les services de shopping social existant dans le Web 2.0, Ciao a porté une attention particulière aux films animés diffusés sur Internet et offre des avis vidéo produits par les membres Ciao, venant ainsi compléter les avis écrits.

Une vue d'ensemble des sept plateformes de Ciao

- France: www.ciao.fr (depuis 02/2000)
- Allemagne: www.ciao.de (depuis 11/1999)
- Royaume-Uni: www.ciao.co.uk (depuis 06/2000)
- Italie: www.ciao.it (depuis 03/2000)
- Espagne: www.ciao.es (depuis 05/2000)
- Pays-Bas: www.ciao-shopping.nl (depuis 11/2005)
- Suède: www.ciao.se (depuis 03/2007)

Ciao en tant qu'environnement publicitaire

En tant que plateforme publicitaire, Ciao offre aux annonceurs et aux prestataires d'e-commerce une façon efficace de cibler les consommateurs par le positionnement pertinent de publicité dans des environnements attrayants. Les campagnes publicitaires sur Ciao ont révélé une réponse et des taux de conversion au-dessus de la moyenne. C'est parce que 90 pour cent des clients de Ciao sont des acheteurs en ligne actifs dans leur recherche d'informations.

Par conséquent, ils constituent un groupe cible particulièrement attrayant et actif. En ciblant les consommateurs pendant leur processus de prise de décision ou d'achat, les marchands peuvent activement influencer les décisions d'achat des utilisateurs.

Publicité en ligne

Ciao offre aux annonceurs une gamme complète de publicités standard et spéciales, depuis FlashLayer, tandem et publicités extensibles jusqu'aux spots publicitaires en streaming. Les clients peuvent aussi bénéficier de concepts de publicité en ligne sur mesure dans des environnements de qualité supérieure.

E-Commerce

L'intégration ciblée d'e-commerce dans chaque catégorie de produit du portail de comparaison de prix de Ciao permet aux marchands d'augmenter leurs taux de conversion. Par ailleurs la facturation est purement basée sur la performance et il n'y a aucun frais d'installation ou d'entretien de maintenance.

Chez Ciao, les marchands bénéficient d'un modèle de facturation transparent basé sur le principe Costs per Click (CPC: coûts par clic). Cela signifie que pour chaque consommateur, qui clique sur le site de la boutique en ligne, le marchand paie un droit de commission.

Parmi le fort réseau de plus de 3,600 annonceurs et boutiques partenaires, ces entreprises accordent leur confiance Ciao : MisterGoodDeal, Darty, Assurland, Cdiscount, La Redoute, Pixmania.fr ou Rue du commerce.

Gestion de Ciao

Stephan Musikant – General Manager, Ciao Commerce Divison, Microsoft

Stephan Musikant est, depuis juillet 2009, General Manager Sales and Marketing de la Ciao Commerce Division de Microsoft. Auparavant il était le dirigeant de la société européenne Ciao GmbH depuis janvier 2007. Le 1^{er} mai, Ciao a achevé la séparation de ses deux domaines d'activité, le portail de consommateurs et de



comparaison de prix et les études de marché, en deux entreprises indépendantes : Ciao Surveys GmbH et Ciao GmbH. Stephan Musikant dirige, en collaboration avec Daniel Keller, Ciao GmbH et son portail de consommateurs et de comparaison de prix dans les pays suivants: Allemagne, Royaume-Uni, France, Espagne, Italie, Pays-Bas et Suède.

Depuis 2004 Stephan Musikant était responsable du portail de consommateurs et de comparaison de prix de Ciao, en tant que Vice-président du département Media Sales and Marketing.

Avant de travailler pour Ciao GmbH, Stephan Musikant était Directeur commercial de eCircle AG, fournisseur européen en « dialogue marketing » numérique. Au cours de sa carrière, Stephan Musikant a également travaillé chez DoubleClick, où il a contribué à créer en tant que Directeur commercial régional, la structure commerciale de la branche Techsolutions. Par la suite, Stephan Musikant a été le responsable commercial des marchés de consommateurs en Allemagne, Autriche et Suisse, auprès de FAST Multimedia AG.

Stephan Musikant est titulaire d'un diplôme d'ingénieur technico-commercial obtenu à l'école supérieure spécialisée de Munich.

Données de Ciao

Création:	1999 – Création avec Frederick Paul et Max Cartellieri
	De avril 2005 à 14 octobre 2008 – filiale à 100% de Greenfield Online, Inc.
	Depuis 15 octobre 2008 –compagnie à 100% de Microsoft Corporation
	Depuis 1 juillet 2009 – Ciao Commerce Division fait partie du Online Service Group de Microsoft Corporation
Gestion de Ciao:	Stephan Musikant, General Manager
Siège de Ciao:	Ciao Commerce Division Microsoft Deutschland GmbH Leopoldstraße 236 80807 Munich Allemagne
Filiales de Ciao en Europe:	Munich, Londres, Timisoara (Roumanie), Wroclaw (Pologne)
Portfolio:	Portail de comparaison de prix indépendant dans sept pays et langues européens: France: www.ciao.fr (seit 2/2000) Allemagne: www.ciao.de (seit 11/1999) Royaume-Uni: www.ciao.co.uk (seit 6/2000) Italie: www.ciao.it (seit 3/2000) Espagne: www.ciao.es (seit 5/2000) Pays-Bas: www.ciao-shopping.nl (seit 11/2005) Suède: www.ciao.se (seit 3/2007)

Annonces et boutiques partenaires:

MisterGoodDeal, Darty, Assurland, Cdiscount,
La Redoute, Pixmania.fr, Rue du commerce

Concept financier: „Cost per Click“ (CPC), Online-Werbung

Données techniques

Portail Consommateur / Communauté

Évaluations: > 5,9 millionsⁱⁱ

Utilisateurs enregistrés Ciao-Communauté

Europe: > 3 millionsⁱⁱ

Annonces: > 3,600

Visiteurs uniques Europe: > 45 millionsⁱⁱ

Visiteurs uniques France: > 7 millionsⁱⁱ

Portail de comparaison de prix

Produits: ~ 12, 1 millionsⁱⁱ

Catégories: > 20 catégories

ⁱ ComScore Media Metrix / Août 2010, sondés en: France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne, Suède, Pays-Bas

ⁱⁱ Omniture, 30 Septembre 2010