

# ¿Qué es la Criteo First-Party Media Network?

La First-Party Media Network es un sistema integrado de datos comerciales y de IA (Inteligencia Artificial) que permite a los Profesionales del Marketing y a los propietarios de medios conectar, enriquecer y activar sus datos de origen. Esto permite una publicidad segmentada y personalizada, escalable y eficaz, que beneficia a todos, incluidos los consumidores.

## ¿Qué problema resuelve?

Las crecientes normativas en materia de privacidad, como el RGPD, EL LOPD, la CCPA y la CPRA, que garantizan que el sector se centre más en el consumidor, y la pérdida de las cookies de terceros, hacen que los datos propios sean la clave para el futuro de la publicidad segmentada y personalizada centrada en la obtención de resultados. Para ofrecer la escala y el rendimiento que necesitan en entornos que no utilizan cookies de terceros, los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios buscan:

- **Un alto volumen de datos propios de alta calidad**
- **Métodos para garantizar que sus datos cumplen con las normativas de privacidad**
- **Formas de convertir sus datos en publicidad impactante**



**CRITEO**

La First-Party Media Network soluciona estos problemas facilitando a los Profesionales del Marketing y a los propietarios de los medios la incorporación y el intercambio de datos propios. Esto les ayuda a maximizar el alcance y la eficacia de su publicidad dirigida y a aumentar la monetización del inventario. Gracias a la First-Party Media Network, ambas partes pueden:

### **Recopilar y conectar:**

Los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios pueden enriquecer y aumentar su base de datos propios, ya que Criteo conecta los identificadores entre dominios para crear perfiles de clientes enriquecidos.

### **Cumplir:**

La Promesa de Privacidad de Criteo garantiza que nunca almacenaremos información que identifique directamente a los consumidores. Todos los datos cumplen con las normas de privacidad más estrictas, incluidos el RGPD y la CCPA.

### **Control:**

Los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios tienen pleno control para gestionar el uso de sus datos dentro de nuestra red. Los consumidores disfrutan de transparencia y control sobre sus preferencias de datos.

### **Crear:**

Los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios pueden crear audiencias para lograr una variedad de resultados comerciales, desde la parte superior hasta la inferior del funnel de ventas.

## ¿Qué son los datos propios?

La información que un Profesional del Marketing o publisher recibe directamente de los consumidores con los que se relaciona. Estos consumidores han optado por compartir sus datos contigo y, a cambio, puedes llegar a ellos con anuncios y recomendaciones de productos personalizados. También te ayudará a entender el proceso de compra de cada consumidor una vez que desaparezcan las cookies de terceros.

### **Cookies de terceros**

(cuando un anunciante o un publisher almacena información de un usuario en una cookie en su propio sitio web)

### **ID del hogar**

### **Emails, números de teléfono y códigos postales cifrados**

**Los datos propios transmitidos a través de identificadores de terceros como RampID, netID y Unified ID 2.0**

# La Commerce Media Platform



La First-Party Media Network es la base de la Criteo Commerce Media Platform, donde los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios pueden llegar a sus audiencias y monetizarlas e impulsar los resultados comerciales.

# ¿Cuáles son las ventajas?

La First-Party Media Network beneficia a todas las partes:

## Consumidores

Control y elección

Anuncios más relevantes

100% Transparencia

## Profesionales del Marketing

Personalización y ROI a gran escala

Cumplimiento de normativas sobre privacidad  
Eficiencia de campañas

## Propietarios de medios

Mejor monetización y mejores resultados

Protección de datos

Control de relaciones

# ¿Cómo funcionan?

1

Los Profesionales del Marketing y los propietarios de medios incorporan sus datos propios a nuestra red mediante una integración directa o a través de un partner, o añadiendo un píxel a su sitio web.

2

Los datos se conectan después con nuestro Identity Graph (que forma parte de la mayor base de datos comerciales del mundo) para encontrar coincidencias y crear perfiles de consumidores que respeten su privacidad. El proveedor de datos puede elegir qué, cuándo y cómo se comparten sus datos dentro de nuestra red.

3

A continuación, enriquecemos los datos con nuestros propios datos comerciales procedentes de las transacciones diarias valoradas en 2.000 millones de dólares y los patrones de comportamientos y señales de intención de compra identificados por nuestro motor de IA, para entender bien el proceso de compra completo del consumidor.

4

Por último, los datos se activan mediante la creación de audiencias con opciones que abarcan una variedad de tipos de audiencias, canales y formatos publicitarios.

**CRITEO**

# Características y resultados de la First-Party Media Network:



## Shopper Graph

La base de datos comerciales sobre intención de compra más grande de todo el mundo en el internet abierto

- 650 millones de usuarios activos diarios
- 1.200 millones de usuarios activos mensuales
- 2.000 millones de dólares en datos de transacciones diarias
- 4.000 millones de SKUs y miles de categorías de productos
- +100 mercados mundiales



## Motor de Criteo de IA (Artificial Intelligence)

Nuestra tecnología entiende los procesos de compra y potencia la puja predictiva, las recomendaciones de productos y la Dynamic Creative Optimization+.



## Índice de compradores

Un conjunto de herramientas de activación y planificación de audiencias que convierte nuestros datos masivos del Shopper Graph en segmentos de audiencia y personalización sencillos y fáciles de usar, basados en combinaciones de identificadores.



## Alcance propio

- +20.000 retailers y marcas
- 5.000 partnerships directas con publishers
- +100 principales retailers del mundo



## Enfoque centrado en la innovación

Participamos activamente en debates y soluciones del sector, como nuestra intervención en el W3C y en el Prebid SSO, así como en el desarrollo de soluciones de código abierto para recoger identificadores alternativos como UID 2.0 y RampID.



## Cumplimiento de la privacidad

Todos los datos incorporados cumplen con las normativas de privacidad más estrictas de todo el mundo, incluidos el RGPD, la CCPA y la CPRA. Los datos de los propietarios de medios están protegidos y solo se comparten con los partners aprobados.



## Demand y Supply-Side

Al ser una de las pocas plataformas con activos significativos tanto en el lado de la demanda como en el de la oferta, nos es posible eliminar los pasos del proceso actual que generan pérdidas de datos e ingresos para los Profesionales del Marketing y para los propietarios de medios.