

Criteo、関心度の高い見込み顧客にリーチしエンゲージを高める Web Consideration を正式版として提供開始

オンラインユーザーデータ分析に基づき、世界最大規模のEコマースユーザーから
コンバージョンに繋がる可能性の高い見込み顧客とのエンゲージメントを実現

世界のマーケターへ信頼と効果の高い広告展開を提供するグローバルテクノロジーカンパニー、Criteo（クリテオ、本社：フランス、日本代表取締役：グレース・フロム、以下 Criteo）は、Web 広告における認知（Awareness）から検討（Consideration）、購入（Conversion）において、検討段階の顧客のサイト流入強化を可能にする Web Consideration（ウェブ・コンシダレーション）を正式に提供開始したことを発表いたします。

Web Consideration は、関心度の高い見込み顧客に対して、商品やサービスの検索、比較、別ブランドの検討など自社サイトへのトラフィックに繋がる可能性の高いタイミングでアピールすることを可能にし、これまで実施したベータテストにおいては、750 社のお客様に先行利用いただきました。この度のローンチでは、購入を考えている段階の顧客へのリターゲティングを強みとする Criteo のポートフォリオを広げ、小売業者や大手ブランドが、300 ものカテゴリにおいて新たな見込み顧客へリーチすることが可能となります。

2019 年 7 月に Criteo が実施した「Why We Buy（購入する理由）」の調査報告からも、59%の回答者が意思決定の検討過程で新しいブランドへの移行に前向きであると答えており、69%が、新しいブランドを見つけるオンラインチャンネルとして、ウェブサイトをお勧めしました。Criteo の Web Consideration は、マーケターがこの重要なチャンスを最大限に活かすための製品です。1st パーティデータ（広告主が保有する自社ウェブサイトへの訪問者に関するデータ）をリアルタイムで [Criteo AI エンジン](#) を使って分析することで、見込み顧客の新しいブランドを発掘しようという気持ちが高まっているまさにそのタイミングでリーチし、エンゲージメントに繋がります。

Criteo ウェブ部門担当 GM 兼 EVP セドリック・ヴァンダーヴィントは次のように述べています。「当社の Web Consideration は、オープンな環境でインターネットを利用する新たなオーディエンスにリーチしたいという、大手ブランドや小売業者からの需要にお応えするものです。こうしたユーザーは、ウォールド・ガーデン（クローズドなプラットフォーム）の外で新たなブランドを発掘し関心を示しており、年間 9,000 億ドル以上もの商取引を生んでいます。リターゲティングでコンバージョンの最適化に取り組んできた当社にとって意義のある変化であり、購買サイクルにおいてコンバージョンにいたる前の段階における成果の促進を可能にします。」

Criteo が提供する新規トラフィック獲得に向けたソリューションでは以下の機能があります。

- **多様かつ複合的にオーディエンスを選択**
 - 類似オーディエンス：既存ユーザーに類似した、新しいオーディエンスにリーチします。
 - コマースオーディエンス：Criteo が保有する 1st パーティデータから、300 種類以上のカテゴリにおいて関心度の高い見込み顧客を選ぶことが可能です。



- カスタムオーディエンス：離脱したユーザーに対してリエンゲージメントを図ります。
- **セルフサービス・ユーザー・インターフェース**：Criteo のマネージメントセンターを使い、検討段階顧客向けのキャンペーンを作成したり、広告効果のインサイトを深めることができます。
- **入札最適化**：Criteo AI エンジンの最適化により、付加価値の高いトラフィックの獲得につなげ、的確なタイミングを狙ったディスプレイ広告を実現します。
- **多彩なクリエイティブのレイアウト**：Criteo のインタラクティブなディスプレイ広告のフォーマットは、オーディエンスを惹きつけ、より関連性の高いインタラクションを生み出せるよう、サイト訪問者に合わせてブランドのイメージ画像やビデオを織り交ぜて表示します。

Criteo の Web Consideration をベータテストで導入いただいた、急成長の女性向けファッションブランドの株式会社 DHOLIC FBL マーケティング企画 1 部の犬走 萌音氏は、次のようにコメントしています。「Criteo と提携してから、他社のソリューションと比較して 2 倍のトラフィックを生成、ビジネスが 30%成長しました。Criteo の類似オーディエンスにより、購買に近い新しい見込み顧客にターゲットし、サイトに誘導することが可能となりました。このアッパーファネル層の顧客向けキャンペーンによりブランドを大きく成長させることができ、結果に非常に感銘を受けています。」

また、IT 専門の調査会社である IDC 社のプログラム・バイス・プレジデントでメディア&エンターテインメント部門のカーستن・ウェイデ氏は、「プログラマティック広告（運用型広告）を提供するベンダーにとって非常に大きなチャンスと言えます。特に、リターゲティングで存在感を高めてきた Criteo のような会社においては、パフォーマンスベースのマーケティングから、検討を促進することによりブランドキャンペーンをサポートする方向へと拡大していくことは、とても良い機会になると思います。IDC の調べでは、2019 年に費やされた米国でのデジタル広告の半分がブランド関連であり、700 億ドルと推定しています。その大部分は、レスポンス広告を主戦場にしてきた広告会社にとっては未開拓の領域です。」

Criteo は今後もマーケティングゴール達成に最適な技術やソリューションを開発し、その過程において、透明性とパフォーマンスをより高く、より管理をしやすくするため、新たな性能を提供してまいります。

■Criteo (クリテオ) について■

Criteo (NASDAQ : CRTO) は、世界のマーケターへ信頼と効果の高い広告展開を提供するグローバルテクノロジーカンパニーです。およそ 2,800 名の Criteo チームメンバーは、世界 20,000 社近くの広告主と、数千のパブリッシャーと連携して得られる膨大なデータを、機械学習を用いて精密に分析することで、全ての広告チャネルを通じた効率的な広告配信を実現します。Criteo はテクノロジーを通じて、あらゆる規模の広告主に対し、ユーザーが本当に求めているものに出会える仕組みを提供します。

※CRITEO株式会社はその日本法人です。 www.criteo.com/jp/

本件に関するお問い合わせ先

【報道関係者】

Criteo 株式会社 PR 事務局（フライシュマン・ヒラード・ジャパン株式会社内）森園、小川

Tel : 03-6204-4301 Fax : 03-6204-4302 E-mail : criteo-pr@fleishman.com