



[보도자료]

크리테오, '크리테오 오디언스 매치' 출시

크리테오 쇼퍼 그래프를 기반으로 마케터들에게 신규 고객 유입 및 기존 고객과의 리인게이지 가능한 효율적 마케팅 솔루션 제공

[2017년 11월 10일] - 글로벌 커머스 마케팅 업계를 선도하는 크리테오(www.criteo.com/kr/)가 브랜드와 리테일 기업들의 매출과 수익을 극대화해주는 머신러닝 기반의 크리테오 커머스 마케팅 에코시스템을 한단계 진전 시켜줄 솔루션인 'Criteo Audience Match(크리테오 오디언스 매치)'를 출시했다. 크리테오 오디언스 매치는 전 세계 수 만개 브랜드와 리테일 기업, 그리고 광고를 게재하는 매체사들을 위한 마케팅 기술 중심의 네트워크이다. 크리테오 오디언스 매치와 함께 키네틱 디자인(Kinetic Design)에도 동영상 기능이 추가됐다.

소비자들의 다양하고 변화하는 니즈를 충족시키기 위해 브랜드와 리테일 기업들은 관련성 높은 쇼핑 경험을 모든 디바이스와 채널을 통해 전 구매 여정에 걸쳐 지속적으로 제공해야 한다. 또한, 마케터들은 수많은 고객들의 쇼핑 행동 데이터를 어떻게 활용해야 소비자에 대한 이해와 도달 및 구매 촉진을 높일 수 있을지 고민해야 한다. 이를 위해 크리테오는 브랜드와 리테일 기업들이 자체적으로 보유한 것보다 광범위하고 다양한 데이터를 활용하고 보다 고도화된 기술의 혜택 누릴 수 있는 에코시스템을 제공한다.

크리테오 코리아의 고민호 대표는 "크리테오 커머스 마케팅 에코시스템은 기업들이 광범위한 데이터를 활용하여 매출과 수익을 극대화할 수 있게 해준다. 크리테오가 제공하는 솔루션 중 오디언스 매치는 기업들이 보유한 CRM 데이터와 일 기준 600TB에 달하는 크리테오가 보유한 방대한 소비자 데이터(Criteo Shopper Graph)를 결합하여 온라인과 오프라인을 포괄하는 효과적인 커머스 마케팅 솔루션을 제공한다"라고 밝혔다.

Criteo Audience Match^{BETA}: 신규 고객 유입 및 기존 고객 리인게이지

기존 고객들은 관련성 높은 상품 정보를 통해 쉽게 리인게이지할 수 있지만, 새로운 고객에게 어떻게 닿고 의미있는 접점을 이룰지는 여전히 마케터들이 고민하는 부분이다. 기존 CRM 데이터를 활용한 디스플레이 솔루션은 낮은 사용자 매치율과 제한된 인벤토리로 만족스럽지 못한 결과를 보여줬다. 이런 면에서 [크리테오 오디언스 매치](#)는 업계 최고 수준인 60% 이상의 사용자 매치율을 자랑하는 크리테오 쇼퍼 그래프(Criteo Shopper Graph)를 사용하여 CRM 또는 DMP 데이터로 데스크톱, 모바일 웹, 앱에서 고객을 정확히 타겟팅하고 기존 고객과 리인게이지할 수 있는 기회를 제공한다.

크리테오 오디언스 매치를 통해 커머스 마케터들이 추가로 할 수 있는 활동은:

- 디스플레이 캠페인을 통해서 보다 낮은 가격에 기존 고객을 리인게이지하고, 시즌상품 프로모션 및 이전 구매 내역과 관련된 상품을 교차 판매하는 등의 다양한 마케팅 시나리오를 빠르게 실행한다.
- 키네틱 디자인 기술을 통해 브랜드 효과를 강화하는 크리에이티브와 퍼포먼스를 최적화하여 탁월한 광고 인게이지 효과를 제공한다.
- 크리테오 다이나믹 리타게팅 (Criteo Dynamic Retargeting)과 함께 고객 경험 향상 및 크로스 캠페인을 최적화한다.

이제 동영상에서도 키네틱 디자인으로 실시간 크리에이티브 최적화 가능

크리테오는 또한 커머스 마케터들을 위해 새로운 채널과 인벤토리 소스로서 동영상을 추가했다. 광고의 모든 비주얼 요소를 자동으로 최적화하는 크리테오 키네틱 디자인 기술은 하나의 디스플레이 광고 디자인에 17 조 개 이상의 변화를 준다. 이제 동영상에도 키네틱 디자인 기술이 적용되어 관련성 높은 상품을 보여주는 맞춤형 동영상 광고를 만들 수 있게 되었다.

이러한 동영상 광고는 자동으로 빠르게 생성돼 웹과 모바일에서 지속적인 브라우징 경험을 제공한다. 전 세계적으로 동영상의 소비가 높아지고 있는 가운데, 마케터들은 이제 크리테오를 통해 광고 제작에 드는 시간, 자원, 비용을 대폭 절감함과 동시에 관련성 높은 동영상 광고를 통해 소비자들과 리인게이지 할 수 있다. 크리테오의 동영상 광고는 클릭당비용(CPC)이 적용된다.

테크놀로지 비즈니스 리서치의 선임연구원 세스 얼린스키 (Seth Ulinski)는 “전통과 디지털 세상의 경계가 모호해지면서 리테일 업계의 비즈니스 모델이 혼란에 빠지고 있다. 미디어가 세분화 되고 멀티 디바이스 사용으로 인해 소비자의 구매 행동을 이해하는 것은 점점 어려워지고 있지만, 데이터 공유를 통해 협업하며 앞서나가는 브랜드와 리테일러들은 소비자들에게 관련성 높고 관심을 자극하는 경험을 제시함으로써 커머스 기회를 확대하고 기업의 가치를 더욱 향상시킬 수 있을 것이다.”라고 말했다.

크리테오의 [오디언스 매치](#)와 [키네틱 디자인](#)에 대한 보다 자세한 정보는 아래 링크에서 찾을 수 있다.

크리테오(Criteo)에 대하여

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 머신러닝 기술을 기반으로 브랜드와 리테일 기업들의 매출과 이익을 극대화해주는 글로벌 커머스 마케팅 리더이다. 2,700명의 크리테오 직원들이 전 세계 17,000개 고객사들과 수 천개 프리미엄 매체사들을 통해 소비자들의 관심과 니즈에 맞는 상품과 정보를 제공하여 높은 마케팅 퍼포먼스를 달성 할 수 있도록 한다. 크리테오는 연 5,500억 달러가 넘는 커머스 매출에 대한 빅데이터를 분석하고 있으며, 이를 바탕으로 브랜드와 기업의 마케터와 매체사들이 협업을 통해 높은 퍼포먼스를 달성할 수 있도록 커머스 마케팅 에코시스템을 구축하고 있다.

※참고자료문의:

곽소영 차장(js.kwak@criteo.com) 02-6933-0785

정민아 실장(mina@mnkpr.com) 02-6282-0677

박지현 AE(criteo@mnkpr.com) 02-3495-7821