

# Criteo Customer Acquisition

## 크로스 광고주 쇼퍼 데이터

Criteo Customer Acquisition은 익명화된 구매 및 탐색 이력 데이터에 기반하여 새로운 고객을 파악할 수 있도록 지원합니다. 크리테오의 이 특별한 솔루션은 고객의 관심도와 구매 전환 확률을 매치하여, 관련성이 높은 잠재 고객으로부터 새로운 매출을 창출할 수 있도록 해줍니다.

이 모든 것은 크리테오 커머스 마케팅 에코시스템에서 확보된 데이터 덕분에 가능합니다.

12억

월간 전세계 인터넷  
사용자 수

1억\*

광고주 당 일일 평균  
고객-스코어

<1%

광고주당 평균  
데이터 기여 비율

### 크리테오의 데이터 처리 방법



크리테오는 월간 12억 고객의 상품 카테고리, 카탈로그 정보, 검색 이벤트 및 구매 활동을 분석하여 각 광고주 별로 익명화된, 완전한 고객 프로파일을 생성합니다.

Criteo Shopper Graph의 방대한 데이터에 기반해, 수집된 이벤트 데이터를 다음의 3개 카테고리로 분류해 활용할 수 있습니다.



광고주 업종



상품 카테고리 및 색상



구매 의도 및  
최종 구매 신호

귀사 데이터의 보호와 익명성을 위해, 광고주 ID와 이름이 삭제되며 고객과의 상호작용이 어디서 발생했는지를 제거합니다. 수집된 데이터는 크리테오 커머스 마케팅 에코시스템의 고객 데이터 풀에 추가됩니다. 다른 참여 광고주들은 데이터를 식별할 수 없기 때문에 경쟁업체 타게팅의 가능성이 사라집니다. 평균적으로, 각 광고주가 기여하는 고유 데이터는 1% 미만입니다.

Criteo Customer Acquisition과 익명화된 데이터 풀을 사용해 어떻게 신규 고객 유입 전략을 추진할 수 있는지 보다 자세한 정보를 원하시면 크리테오의 담당 Account Strategist에게 연락하십시오.

\* 고객-스코어 계산은 각 광고주의 잠재고객 기여에 기반함