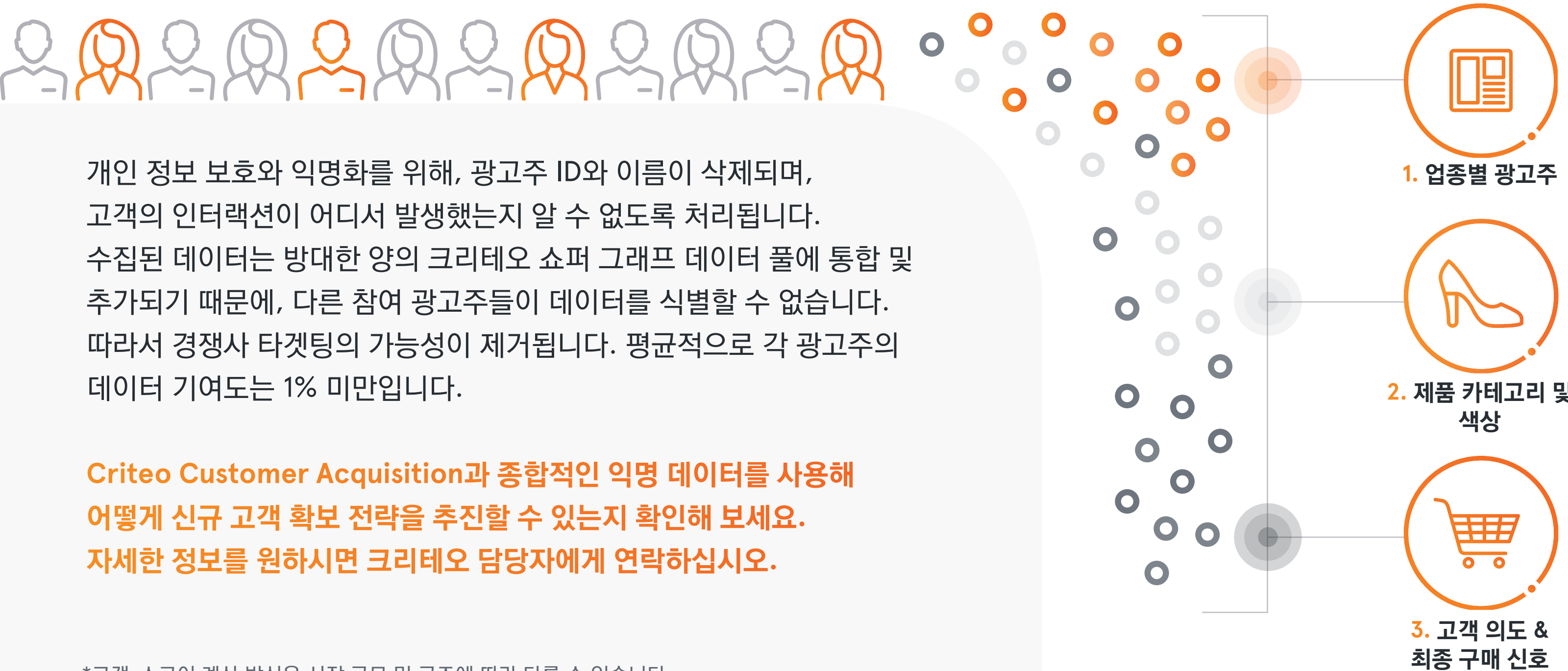


Criteo Customer Acquisition 및 광고주 통합 고객 데이터



Criteo Customer Acquisition은 고객의 쇼핑 및 검색 이력에 대한 익명화된 데이터를 집계하여, 이를 기반으로 새로운 고객을 식별할 수 있도록 지원합니다. 크리테오가 제공하는 이 고유한 솔루션을 통해, 고객의 관심도와 구매 전환 가능성을 매치하여 관련성 높은 잠재 고객으로부터 새로운 매출을 창출할 수 있습니다.

매월 14억명 규모 고객들이 상품 카테고리, 카탈로그 정보, 검색 이벤트 및 구매 활동을 분석하여 각 광고주 별로 익명화된, 완전한 고객 프로파일을 생성합니다. 크리테오 쇼퍼 그래프(Criteo Shopper Graph)에 포함된 방대한 데이터에 기반해, 총 이벤트 데이터를 다음의 **3개 카테고리**로 나눕니다.



개인 정보 보호와 익명화를 위해, 광고주 ID와 이름이 삭제되며, 고객의 인터랙션이 어디서 발생했는지 알 수 없도록 처리됩니다. 수집된 데이터는 방대한 양의 크리테오 쇼퍼 그래프 데이터 풀에 통합 및 추가되기 때문에, 다른 참여 광고주들이 데이터를 식별할 수 없습니다. 따라서 경쟁사 타겟팅의 가능성이 제거됩니다. 평균적으로 각 광고주의 데이터 기여도는 1% 미만입니다.

Criteo Customer Acquisition과 종합적인 익명 데이터를 사용해 어떻게 신규 고객 확보 전략을 추진할 수 있는지 확인해 보세요. 자세한 정보를 원하시면 크리테오 담당자에게 연락하십시오.

*고객-스코어 계산 방식은 시장 규모 및 구조에 따라 다를 수 있습니다.

이 모든 것은 크리테오 커머스 마케팅 에코시스템이 보유한 데이터로 인해 가능합니다:

1.4B+
전 세계 유효 인터넷 사용자

<1%
광고주 당 평균 데이터 기여도

100M*
광고주 당 일일 평균 고객-스코어