



크리테오, 신규 고객 반응 높이는 웹 컨시더레이션 솔루션 글로벌 론칭

- 새로운 브랜드 고려 중인 신규 고객 대상 어퍼 퍼널 캠페인 지원하는 트래픽 생성 솔루션 론칭
- 전세계 온라인 사용자 대다수의 데이터와 AI 엔진 기반 소비자 구매 여정 인게이지먼트 극대화
- 750 개 고객사와 베타 테스트 진행, 기존 솔루션 대비 2 배 이상 트래픽 등 강력한 소비자 인게이지먼트 및 트래픽 유인 지원

[크리테오 보도자료=2020.03.17] 전세계 마케터들에게 신뢰할 수 있고, 영향력 있는 광고를 제공하는 글로벌 기술 기업 크리테오(크리테오코리아 대표 고민호)가 인게이지먼트 및 웹사이트 트래픽을 향상시키는 웹 컨시더레이션(Web Consideration) 솔루션을 글로벌 론칭했다.

크리테오가 새롭게 선보인 웹 컨시더레이션 솔루션은 새로운 브랜드를 고려할 의향이 있는 쇼핑객들에게 광고주 브랜드를 적재적소에 노출함으로써, 쇼핑객들의 유입과 반응을 극대화하는 솔루션이다.

광고주들은 이 솔루션으로 새로운 고객의 반응과 자사 사이트 트래픽을 보다 효과적으로 유도할 수 있게 됐다. 크리테오 데이터에 따르면, 인터넷 사용자 76%가 의사 결정 과정에서 완전히 새로운 브랜드를 고려할 의향을 가지고 있는 것으로 나타났다. 크리테오 트래픽 생성 솔루션은 새로운 브랜드를 탐색하는 신규 고객의 인게이지먼트를 높여주는 어퍼 퍼널(Upper funnel) 마케팅 최적화 솔루션인 셈이다.

크리테오 웹 컨시더레이션 솔루션이 가지는 경쟁력은 데이터 규모와 AI 엔진 성능에 기반한다. 실시간 데이터와 전세계 온라인 유저를 포괄하는 데이터 수집 범위를 바탕으로 새로운 브랜드에 대한 의향이 높아지는 정확한 시점을 파악하는 크리테오의 인공지능(AI) 기술이 디지털 마케팅 과정을 총괄한다. 750 개 고객사를 대상으로 사전에 실시한 베타 테스트 결과, 크리테오 솔루션을 통해 실제 쇼핑객들의 인식과 반응에 실질적인 영향을 줄 수 있음을 입증하기도 했다.

특히 베타 서비스를 거치면서, 크리테오 웹 컨시더레이션 솔루션의 오디언스 선택, 크리에이티브 레이아웃 등 기능이 강화됐다. 기존 캠페인과 유사한 오디언스 혹은 크리테오가 가진 퍼스트 파티 데이터 내 구매 관심도 높은 오디언스, 브랜드 이용 경험이 오래 지난 고객을 대상으로 하는 커스텀 오디언스 등 다양한 오디언스를 선택할 수 있다. 또한 개인별 맞춤 제안과 브랜딩 콘텐츠를 결합, 크리테오의 인터랙티브 디스플레이 포맷으로 쇼핑객과의 유의미한 상호작용을 더욱 높일 수 있게 됐다. 여기에 캠페인 진행을 자체 유저 인터페이스인 매니지먼트 센터로 하면, 마케팅 담당자가 직접 캠페인 활성화, 데이터 확인, 인사이트 도출도 가능해 졌다.

크리테오 솔루션을 실제로 도입한 바 있는 여성 패션 브랜드 모네 이누바쉬리(Mone Inubashiri) 마케팅 기획부문 매니저는 "크리테오 AI 엔진의 시밀러 오디언스 (Similar Audiences) 검색 기능을 활용, 퍼널



최상단에 있는 새로운 고객들을 타게팅했다. 어퍼 퍼널 캠페인을 통해 자사 사이트 방문을 유도하고, 브랜드를 성장시키고자 했다"며, "크리테오와 손잡은 이래, 다른 마케팅 회사 대비 2 배 이상 트래픽이 증가했고, 매출 성장률도 30%를 기록했다"고 밝혔다.

크리테오는 이번 솔루션 론칭으로 로우 퍼널(Lower funnel) 리타게팅 중심 기존 포트폴리오를, 새로운 고객을 유입을 위한 어퍼 퍼널(Upper funnel) 캠페인으로 확장했다. 이로써 크리테오는 신규 고객 확보부터 휴면 고객, 이탈 가능성 높은 고객 등 고객 구매 여정 전반에 더욱 고도화된 마케팅 솔루션 라인업을 갖추게 됐다.

카스텐 웨이드 IDC 부회장은 "소비자 인식을 제고하는 어퍼 퍼널 브랜드 캠페인으로 확장은 크리테오와 같은 대표적인 리타게팅에 장점을 가진 기업 뿐만 아니라, 프로그래매틱 광고업계에도 큰 기회"라며, "IDC 조사에 따르면, 지난해 브랜드 관련 디지털 광고비 약 700 억 달러 가운데 대부분은 소비자의 즉각적인 반응을 일으키는 광고가 아닌, 소비자 인식을 변화시키는 광고에 쓰였다"고 밝혔다.

세드릭 반더빈트(Cédric Vandervynckt) 크리테오 총괄 부사장(Executive Vice-President & General Manager)은 "크리테오가 새롭게 선보이는 웹 컨시더레이션 솔루션은 오픈 인터넷 환경에서 새로운 고객과 적극적으로 관계를 형성하고, 인게이지먼트를 만들어가고자 하는 브랜드, 리테일러 니즈를 충족시킬 것이다. 실제 이런 신규 오디언스는 폐쇄형 플랫폼(Walled garden)에서 벗어나, 브랜드를 탐색하고 상호작용하고 있으며, 이 과정에서 연간 9,000 억 달러 규모의 거래가 일어나고 있다"고 밝혔다. 그는 "이미 리타게팅을 통해 전환 최적화를 달성한 크리테오로서는 이번 솔루션은 중대한 변화이며, 마케터들은 이를 통해 소비자 구매 여정에서 더 많은 성과를 기대할 수 있게 됐다"고 덧붙였다.

<회사소개>

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고로 전 세계 마케터를 지원하는 글로벌 기술 기업이다. 2,800 여명의 크리테오 직원들은 탁월한 머신러닝과 세계 최고 수준의 데이터셋을 바탕으로, 전세계 20,000 개 고객사들과 수 천여 개 프리미엄 매체사들이 모든 채널에서 효과적인 광고를 전개할 수 있도록 협력한다. 또한 다양한 규모의 기업들이 고객에게 더 나은 정보와 서비스를 제공하기 위해 필요한 기술을 제공한다. 보다 자세한 정보는 크리테오 홈페이지(www.criteo.com/kr)에서 확인할 수 있다.

<보도자료 문의> 홍보회사 미디어컴

김지훈 과장 (02-6370-8537/010-6808-6910/ jhkim@medicompr-m.co.kr)

오시학 대리 (02-6370-8539/010-3017-3565/ kundera@medicompr-m.co.kr)

박민기 사원 (02-6370-8522/010-5698-3264/ minkee121@medicompr-m.co.kr)