

크리테오, 글로벌 정보분석 기업 닐슨 디지털 광고 성과 측정 솔루션 도입

- 글로벌 정보분석 기업 닐슨의 디지털 광고 성과 측정 지표 도입으로 광고주에 더 많은 투명성, 유연성 제공
- 메건 클라켄 크리테오 신임 CEO 첫 행보, 디지털 광고 투명성 및 신뢰도 제고

[크리테오 보도자료=2020.05.21] 크리테오가 21일 세계적인 정보 분석 기업 닐슨의 디지털 광고 성과 측정 솔루션을 도입한다. 메건 클라켄 크리테오 신임 최고경영자(CEO)의 첫 대외 파트너십이다.

신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고를 제공하는 글로벌 기업 크리테오(크리테오코리아 대표 고민호)는 디지털 광고 레이팅(Digital Ad Rating, DAR)과 디지털 브랜드 이펙트(Digital Brand Effect)를 도입한다고 발표했다. 닐슨의 디지털 광고 레이팅은 디지털 광고 측정 분야의 업계 표준이라 할 수 있는 솔루션이고, 디지털 브랜드 이펙트는 광고주가 브랜드 가치 상승 효과를 측정하고 최적화하기 쉽게 지원한다.

이번 닐슨의 디지털 광고 소비자 인구통계 측정을 크리테오의 쇼퍼 그래프(Shopper Graph) 및 AI 엔진과 결합할 경우, 광고주는 연령이나 성별 등 특정 파라미터를 바탕으로 소비자를 검증할 수 있다. 닐슨의 디지털 광고 레이팅(DAR)은 닐슨 TV 시청 조사와 유사하게 데스크톱, 모바일 등 디바이스 중복 없이 디지털 광고 시청자를 종합적으로 조사해 다음날 결과를 제공한다. 풀퍼널(Full-Funnel) 광고 플랫폼을 지향하면서 커넥티드TV를 포함한 광범위한 마케팅 목표에 부합하는 기술을 적용하고 있는 크리테오는, 이번 DAR 도입으로 보다 높은 투명성과 유연성, 퍼포먼스를 광고주에게 지원할 수 있게 됐다.

또한 디지털 브랜드 이펙트 도입으로 디지털 광고 결과 측정과 투명성을 원하는 브랜드 광고주에게 퍼포먼스 캠페인 및 브랜드 가치 상승의 효과를 명확하게 확인할 수 있도록 지원할 수 있게 됐다.

메건 클라켄 크리테오 CEO는 “크리테오가 마케팅 솔루션을 다양화하는 과정에서 세계적인 정보분석 기업 닐슨과 함께 하게 된 것을 대단히 기쁘게 생각한다”고 소감을 밝혔다. 크리테오 합류 전 닐슨에서 근무한 경력이 있는 메건은 “업계의 신뢰할 수 있는 파트너로서 닐슨이 제공하는 엄청난 가치에 대해 누구보다 생생하게 봐왔다”며, “닐슨과의 협력 관계 구축으로 크리테오의 풀퍼널 솔루션 혁신이 한 단계 도약을 앞두고 있으며, 이는 9천억 달러 규모의 데이터를 분석하는 크리테오 쇼퍼 그래프의 구매 의도 통찰력을 더욱 발전시키는 요인으로 작용할 것”이라 강조했다.

아울러 피터 브래드버리(Peter Bradbury) 닐슨 최고사업책임자(CCO)는 “닐슨은 각 브랜드에 최적화된 소비자를 탐색하는데 있어 필수적인 인사이트를 마케터들에게 제공함으로써 디지털 광고의 효과를 증진시키는데 전념하고 있다”며 “크리테오가 가진 네트워크 상에서 브랜드와 기업들이 닐슨의 오디언스 매트릭스를 어떻게 활용할지 기대된다”고 말했다.



2019년 말 크리테오 CEO로 취임한 메건 클라켄은 크리테오에 입사하기 전 15년간 닐슨에서 다양한 직책을 역임했으며 최근까지 닐슨 글로벌 미디어의 CCO로 활동했다. 크리테오 창업자이자 전 CEO인 장 바티스트 뤼델(JB Rudelle)은 이사회 의장직에 집중하고, 메건 클라켄 현 CEO는 경영에 매진하는 역할 분담을 통해 크리테오는 선도적인 기술 플랫폼으로의 변혁을 가속화할 것으로 보인다. [끝]

###

<회사소개>

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고로 전 세계 마케터를 지원하는 글로벌 기술 기업이다. 2,700여명의 크리테오 직원들은 탁월한 머신러닝과 세계 최고 수준의 데이터셋을 바탕으로, 전세계 20,000개 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(<https://www.criteo.com/kr>)에서 확인할 수 있다.

<닐슨 소개>

닐슨홀딩스(NASDAQ: NLSN)는 전세계 시장과 소비자가 이용 가능한, 가장 완전하고 신뢰할 수 있는 관점을 제공하는 데이터 측정 및 분석 기업이다. 닐슨홀딩스는 두 개의 사업부로 나뉜다. 닐슨 글로벌 미디어는 미디어 시장에서 이른바 '진실의 결정권자'로서 미디어와 광고업계에 시장이 작동하는데 필요한, 업계에 대한 이해를 위해 필수적인 편향되지 않고 신뢰할만한 지표를 제공한다. 닐슨 글로벌 커넥트는 소비자 패키지 상품 제조업체와 소매업체에게 정확하고 실행 가능한 정보와 통찰력은 물론, 기업이 혁신하고 성장해야 하는 복잡하고 변화무쌍한 시장에 대한 완벽한 그림을 제공한다. 닐슨홀딩스의 접근 방식은 닐슨홀딩스만의 독점적인 데이터를 다른 데이터와 결합해 전세계 고객들에게 현시점과 향후 무슨 일이 일어나는지, 이에 대한 지식을 바탕으로 어떻게 대처해야 하는지 이해하도록 돕는다. S&P 500 지수에 포함된 회사인 닐슨홀딩스는 전세계 인구의 90%를 차지하는 100여개 국가에서 사업을 이어나가고 있다. 보다 자세한 정보는 닐슨홀딩스(visit www.nielsen.com)에서 확인할 수 있다.

<메건 클라켄 크리테오 크리테오 CEO 약력>



메건 클라켄은 2019년 11월 25일 크리테오 최고 경영자에 취임했다. 크리테오 합류 이전에는 닐슨에서 15년간 근무했다. 닐슨에서는 글로벌 미디어 최고사업책임자(CCO, Chief Commercial Officer), 닐슨 TV 시청자 조사 서비스 Watch 대표 등 닐슨에서 다양한 직책을 역임했다.

메건 클라켄은 닐슨에서 비즈니스 혁신을 주도했으며, TV, 디지털, 교차 플랫폼 콘텐츠 및 광고에 대한 닐슨의 주요 측정 서비스의 전략과 개발 등을 관리했다. 교차 측정을 위한 주요 프로그램, 디지털 및 동영상 매트릭스에 대한 통합 전략 개발에도 주도적인 역할을 담당한 바 있습니다. 또한 닐슨의 종합 오디언스 전략 수석으로서, 셋톱박스 데이터 뿐만 아니라, OTT 서비스와 실외 시청 영역에까지 모든 콘텐츠 소비 채널 영역을 확장하며 광고와 콘텐츠를 보는 시각을 근본적으로 바꿨다.

뉴질랜드 태생인 메건은 Akamai Technologies와 NineMSN 등 호주의 대형 퍼블리셔와 온라인 IT 기술업체에서 고위 경영진을 역임했다.

또한 메건은 디지털 미디어에 대한 전문지식을 널리 인정은 리더다. 그녀는 2015 Cynopsis Media의 디지털 업계 최고 여성 리더상, 2016년 멀티 채널 뉴스의 Wonder Women 상, 2019년 National Organization for Women의 Women of Power and Influence 상 등 수많은 수상 실적을 가지고 있다.

<보도자료 문의> 홍보회사 미디컴

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)