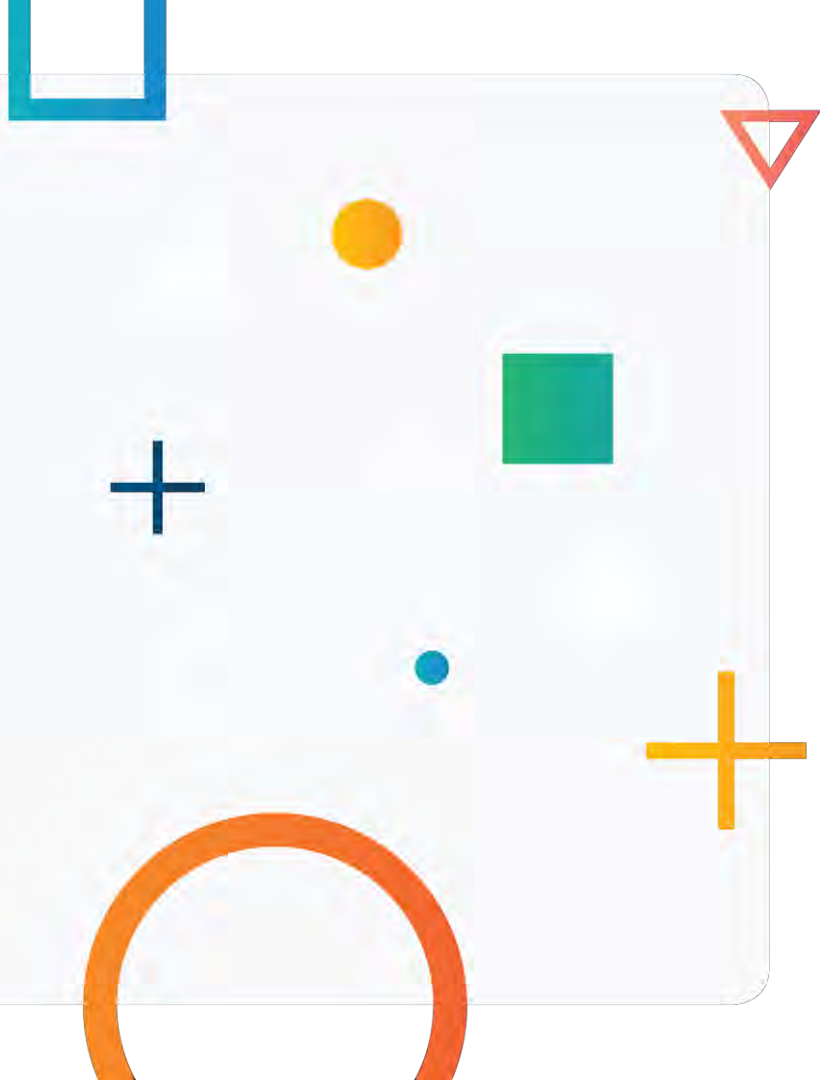


2021

크리테오 상품소개서

criteo.



Agenda

01



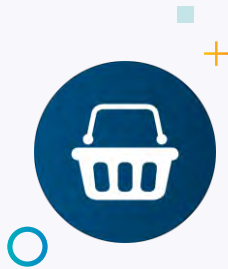
크리테오 소개

02



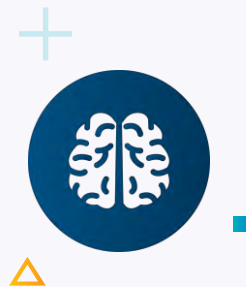
크리테오 특징

03



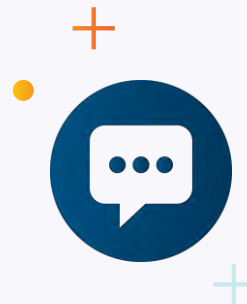
크리테오 상품

04



크리테오 최적화

05



크리테오
운영&FAQ

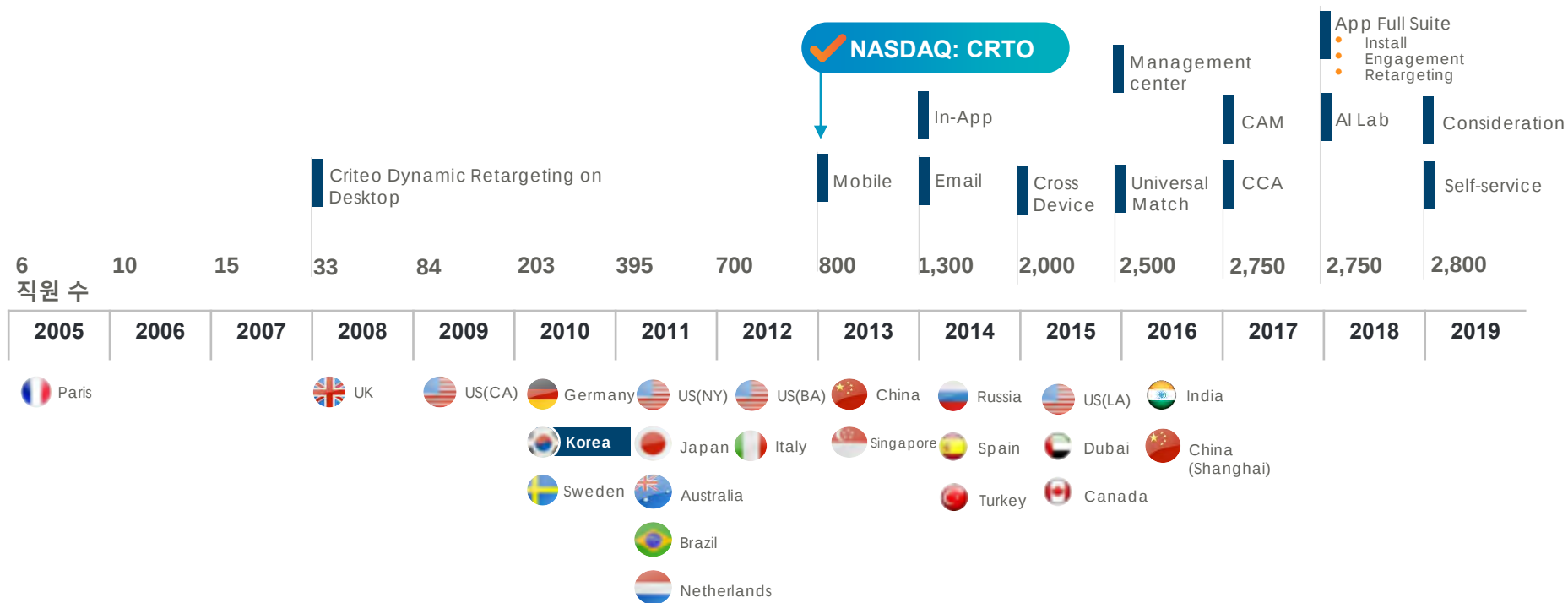
01

크리테오 소개



Who We Are

세계 최초로 개인화 맞춤 리타겟팅 디스플레이 광고를 개발 하였고 2013년 나스닥 상장사로서 투명한 광고 집행 및 데이터를 제공하고 있습니다.



Our Scale

크리테오는 방대한 사용자 데이터를 실시간 분석하며 광고주 비즈니스에 긍정적인 영향을 줄 수 있도록 전세계적으로 서비스를 제공하고 있습니다.



Our Mission



크리테오는 고객의 모든 구매 여정에 따른 풀퍼널 솔루션을 제공합니다.

현재 2만 여 광고주 및 1천여개 브랜드와 함께 그들의 비즈니스 목적에 따라 풀퍼널 마케팅 솔루션 제공을 하고 있습니다.

- ✓ 리테일
- ✓ 여행
- ✓ 이외 모든 서비스

크리테오는 20억 활성 유저 데이터를 실시간 분석하면서 웹과 앱 그리고 오프라인 스토어 데이터까지, 채널 경계 없이 모든 데이터를 분석하며 고객의 모든 구매 여정에 따른 솔루션을 제공합니다.

Awareness

Get Noticed



Consideration

Get Traffic



Conversion

Get Sales



크리테오 풀퍼널 솔루션

마케팅 목적

크리테오 마케팅 솔루션

AI 엔진

쇼퍼그래프

채널

Web

App

Store

인지
(Awareness)

예정

고려
(Consideration)

Consideration, App Install

전환
(Conversion)

CDR (LF/ MF), CAM, App Retargeting, CCA



룩어라이크 파인더

상품 추천 엔진

DCO+
(Dynamic Creative Optimization)

예측 비딩 엔진



1000조원+
연간 거래액

25억+
월간 활성 사용자

120+
구매 의도 시그널

100억+ 상품 수

criteoL.

20,000+

광고주

1,000+

브랜드

90%

리텐션

DIAGEO



P&G

NEW LOOK

SurveyMonkey



ROCKPORT

★macy's

COSTCO
WHOLESALE

Soft Surroundings

TARGET

THRIVE
- MARKET -

LE CREUSET®

TOUR2000

STREETFS LAGIRL

DHOLIC

SEPHORA

l.l: mall

Reebok



GS SHOP

kantukan

cheapOair®

INTERPARK Tour

Clarks

criteoL.

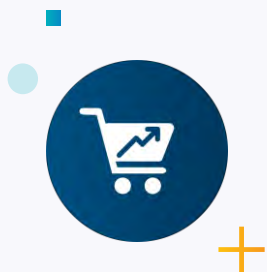
02

크리테오 특징



크리테오 매체 주요 특징

01



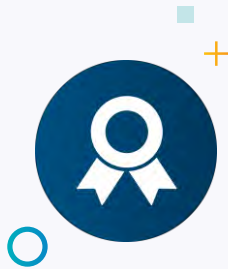
강력한 쇼퍼그래프

02



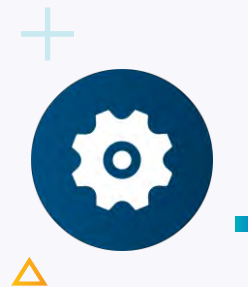
다양한 AI 엔진

03



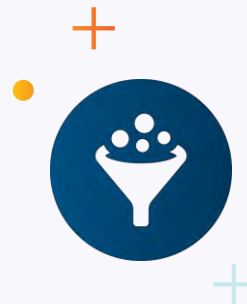
최고 수준 매체력

04



크로스 디바이스

05



풀퍼널 활용가능

1. 크리테오 쇼퍼 그래프: 전세계 가장 큰 규모의 사용자 데이터

온라인 여정에 따른 쇼퍼의 데이터 실시간 분석 적용

전세계 온라인 사용자 75% 데이터 활용 가능
거래액 기준 아마존 X3, 알리바바 X1.5

Identity Graph

25억 월별 활성 고객

2조원 규모 일일 온라인 거래

40억 개 일일 상품 SKU



Interest Map

100억 제품 및 서비스 분석

120개 구매 의도 신호

600TB 일일 쇼퍼 데이터

Measurement Network

1000조원 이상
연간 이커머스 매출

\$350억 이상
연간 클릭 후 매출

1. 크리에오 쇼퍼 그래프 혜택

온라인 여정에 따른 쇼퍼의 데이터 실시간 분석 적용

전세계 온라인 사용자 75% 데이터 활용 가능
거래액 기준 아마존 X3, 알리바바 X1.5

여정의 모든 단계에서 고객에 도달

전 세계 온라인 고객 약 75%에 대한 데이터를 사용해, 인지도 구축, 트래픽 증가, 전환율 향상 등 브랜드 목표에 부합하는 오디언스에 초점을 맞출 수 있습니다.



더 많은 인게이지먼트와 지출 유도

120여 개의 구매 신호 분석에 기반해 전체 카탈로그에서 고객이 어떤 상품에 관심을 가졌는지 파악하여 효과적인 리인게이지먼트와 전환이 가능합니다.

오디언스의 어트리뷰션 활용 및 매출추적

크리에오 쇼퍼그래프 내 오디언스들의 어트리뷰션을 활용하여 캠페인 최적화 동시 운영 캠페인의 오디언스 레벨의 세부적인 어트리뷰션 보고서를 확인할 수 있습니다.

2. 크리테오 AI 엔진

연간 20,000회 테스트 진행 및 14년의 데이터 기반 머신 러닝 기술 개발의 결과로 가장 효과적인 마케팅 캠페인 제공



룩어라이크 파인더

120개+ 소비자 구매 의도 신호와 5,000개+ 매체사 시그널을 평가하여 사용자 예측



상품 추천 엔진

빅데이터 알고리즘에 의하여 캠페인 목표에 맞고, 사용자 관련성이 높은 상품 추천. 추천 상품의 구매비중은 약 70%



DCO+ (Dynamic Creative Optimization)

AI 기반의 기술로 모든 사용자에게 가장 효과적인 다이나믹 크리에이티브 노출 (최대 17조 개의 크리에이티브 옵션 제공)



예측 비딩

최적의 가격을 위한 실시간 비딩

2. 크리에오 AI 엔진_1)룩어라이크 파인더

120개+의 소비자 구매 의도 신호와 4500개+ 매체사 시그널을 평가하여 사용자 예측



**시밀러 오디언스
(Similar Audience)
타겟팅 기법**

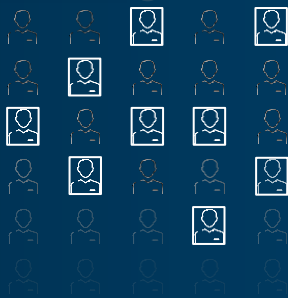
1

제휴 매체사와 광고주
고객의 120가지 이상
터치포인트를 활용하여
고객 판별



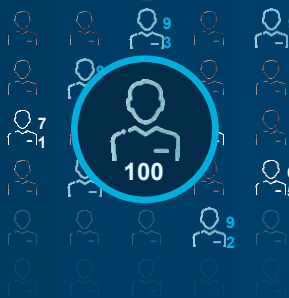
2

크리에오 쇼퍼 그래프를
통해 다양한 디바이스를
사용하는 고객 중 새로운
고객만을 분리



3

신규 고객에 210억 상품 관련
상호작용 데이터를
활용해 광고주의 우수 고객
대비 점수를 부여



4

웹사이트를 방문할 가능성이
있고 관련이 있어 점수가
높은 고객을 타겟팅



2. 크리테오 AI 엔진_2) 상품 추천 엔진

빅데이터 알고리즘에 의하여 캠페인 목표에 맞고, 사용자 관련성이 높은 상품 추천. 추천 상품의 구매비중은 약 70%

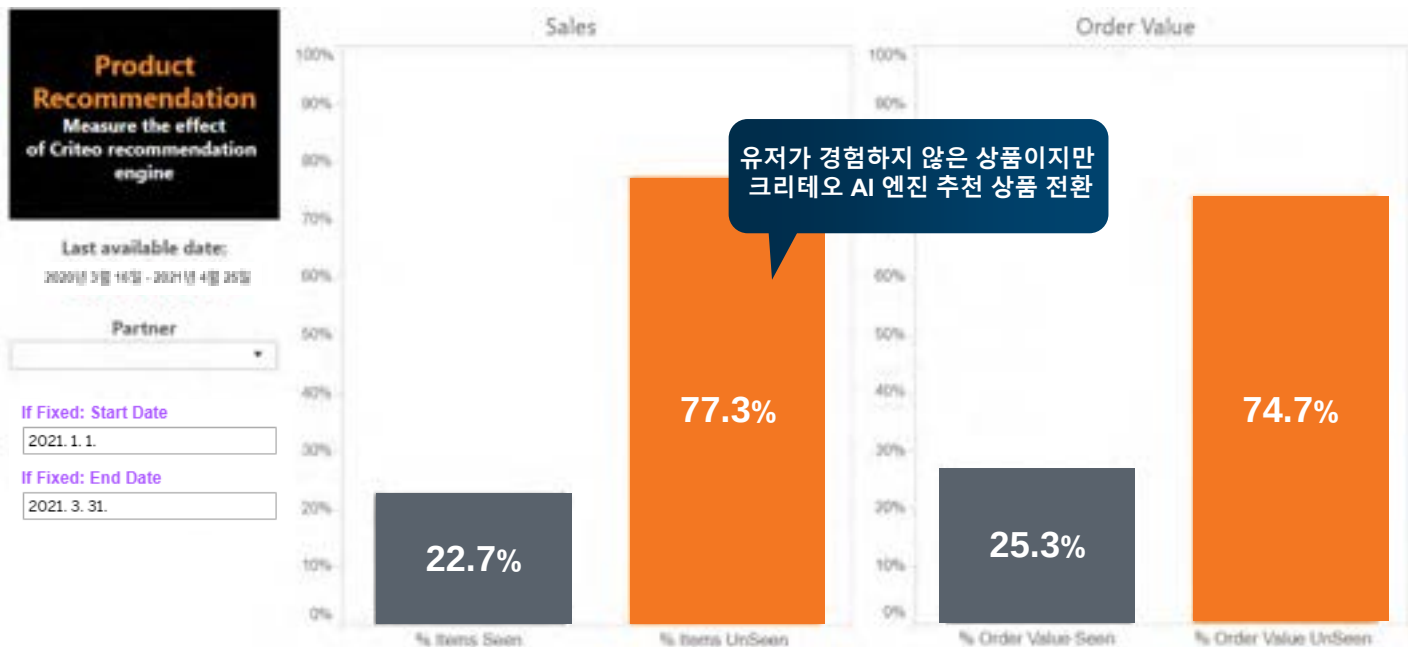
“70% 이상의 구매가
크리테오 엔진 추천상품을 통해 발생”



2. 크리테오 AI 엔진_2) 상품 추천 엔진

빅데이터 알고리즘에 의하여 캠페인 목표에 맞고, 사용자 관련성이 높은 상품 추천. 추천 상품의 구매비중은 약 70%

“70% 이상의 구매가 크리테오 엔진 추천상품을 통해 발생”



2. 크리테오 AI 엔진_3) DCO+ (Dynamic Creative Optimization)

AI 기반의 기술로 모든 사용자에게 가장 효과적인 다이나믹 크리에이티브 노출



광고주 사이트 내 보유 자산 적용

사이트 내 보유하고 있는 다양한
브랜드 혹은 상품 관련 정보를
배너 내 노출

+



유저 최적화 크리테오 포맷

약 15회 이상의
eye-catching 광고 포맷으로
유저 집중도 극대화

+



DCO+ 엔진

크리테오 DCO+ 엔진이
고객사 보유 브랜드 자산을 크리테오
포맷과 함께
유저 개개인 최적화 배너로 구현



크리테오 DCO+ 엔진은
+15% 세일즈 증대, 유저피로도 감소,
크리에이티브 인사이트 기여 가능!

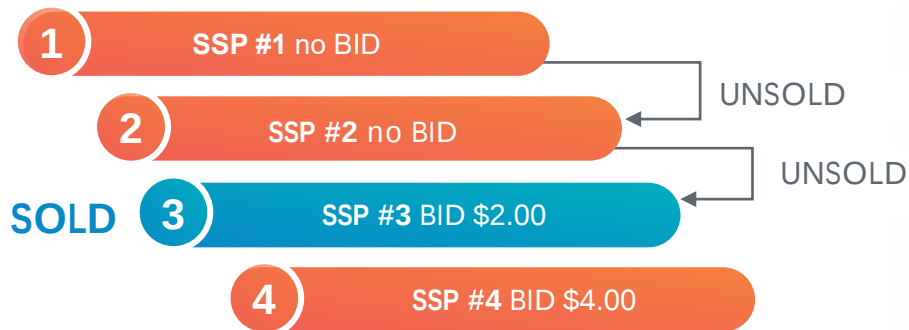
17조 크리에이티브 구현

2. 크리테오 AI 엔진_4) 예측 비딩

최적의 가격을 위한 실시간 비딩

“ Waterfall Mediation 연동
매체 내 최우선 순위 노출 확보 ”

노출 우선 선점을 위해 실시간 최적의 가격 비딩



“ 실시간 비딩 시 최적의 가격 비딩으로
인벤토리 지면 선점 및 퍼포먼스 최적화 ”



3. 국내 최고 수준의 매체력

국내 N사를 제외하고 구글 RTB 포함한 직접제휴 및 익스체인지 파트너 대부분 네트워크 보유. 다양한 형태 광고 노출 가능



직접적 제휴

카카오 포함 +5,000 곳 이상의
프리미엄 제휴매체사 보유



익스체인지 파트너

국내외 Ad Exchange의 최대 파트너

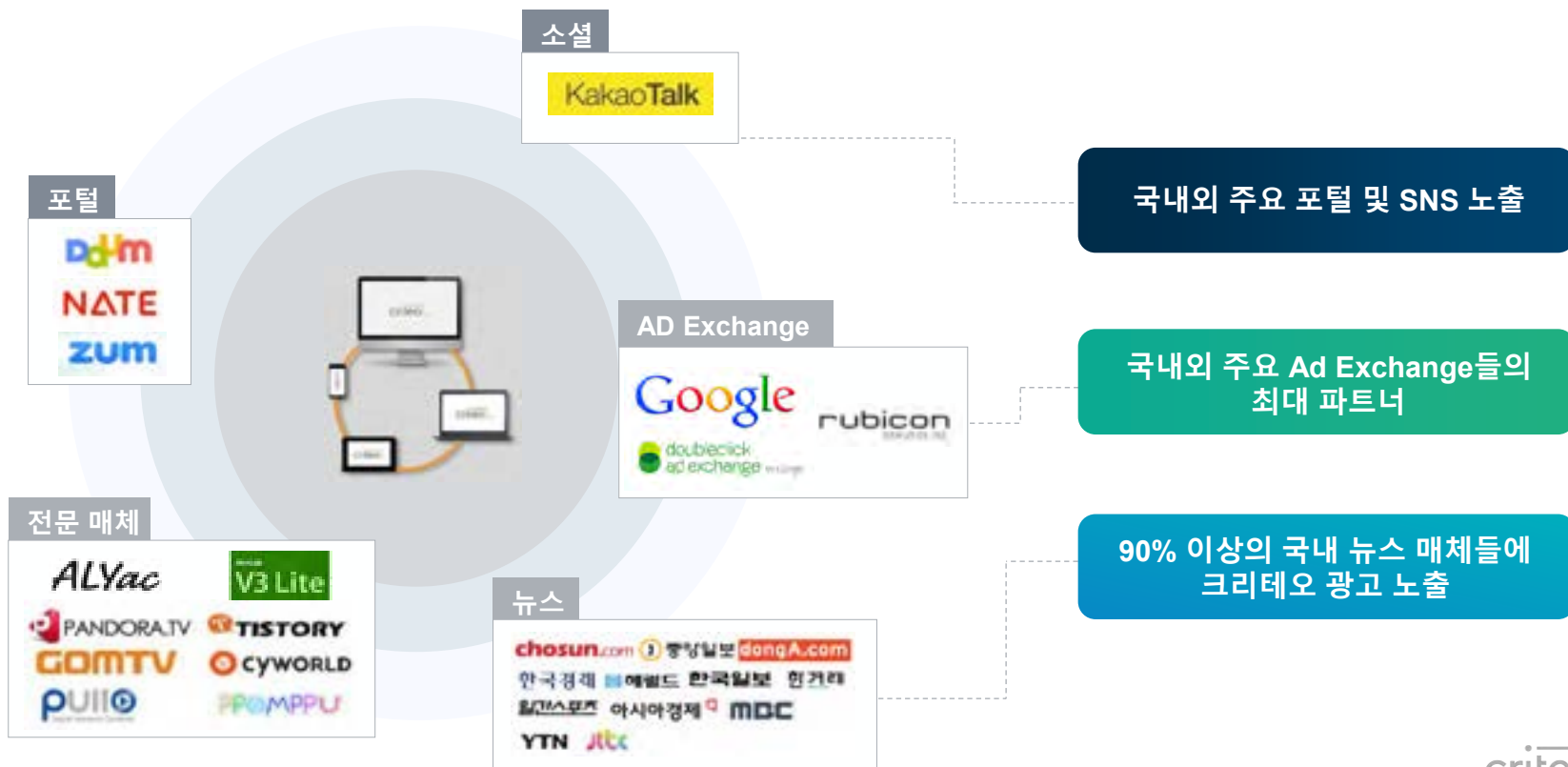


다양한 형태 광고

네이티브 광고 및 앱, 비디오 등
다양한 형태 광고 노출 가능

- ✓ 유연한 기술: RTB/S2S, 크리테오 다이렉트 비더(Criteo direct bidder), SDK, API
- ✓ 어떠한 크리에이티브 포맷/환경에서도 가능: IAB, 네이티브, 인앱, 비디오, Google AMP
- ✓ 모든 디바이스 지원
- ✓ 모든 브라우저 지원

3. 국내 최고 수준의 매체력 : Web (웹)



3. 국내 최고 수준의 매체력 : Web (웹)



3. 국내 최고 수준의 매체력 : App (앱)



100% RTB 제휴사 및 다이렉트 파트너십
고퀄리티 매체 내 노출 가능

mopub

MobFox

smaato

DoubleClick
Ad Exchange by Google

TAPSENSE

A9 MAX

rubicon
PROJECT

inneractive.
Ad Mediation Optimized for You

Chartboost

NEXAGE
MOBILE ADVERTISING.
DEMAND MORE.

APPODEAL

OpenX

unity

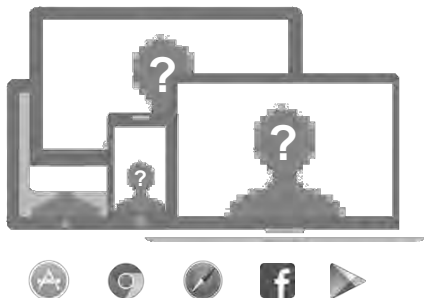
APPROVIN

criteo

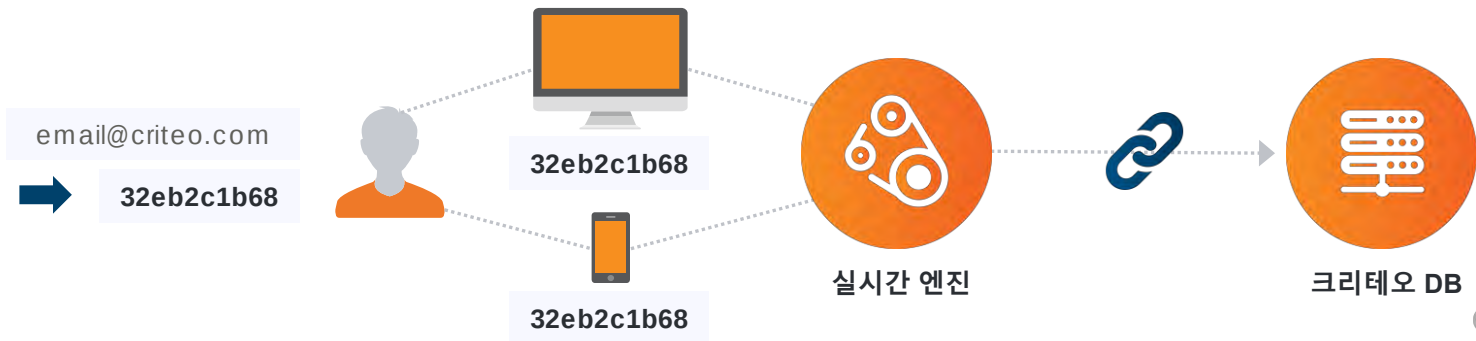
4. 크로스디바이스

크로스디바이스 기능을 통해 디바이스별 엔진 학습 이력 지속 유지 및 효율 최적화 가능

유니버설 매치 미사용 시



유니버설 매치 사용 시



4. 크로스디바이스

리포팅 내 크로스디바이스 이력 확인 가능 : 분석 > 거래 ID



클릭 날짜	거래 ID	크로스 디바이스 거래
2021년 4월 20일 오전 8:49	20210420-0005143	No
2021년 4월 2일 오전 10:53	20210420-0003644	No
2021년 4월 20일 오전 5:58	20210420-0003598	No
2021년 4월 12일 오전 3:28	20210420-0003327	Yes
2021년 4월 9일 오후 1:56	20210420-0003296	No
2021년 4월 11일 오전 9:31	20210420-0002222	Yes
2021년 4월 8일 오전 8:30	20210420-0001277	Yes
2021년 4월 1일 오후 5:18	20210420-0001206	No
2021년 4월 11일 오전 8:53	20210420-0000806	No
2021년 4월 5일 오전 10:37	20210420-0000671	No

5. 풀퍼널 활용 가능

AI 엔진 기반 신규, 활성, 휴면, CRM 데이터 등 모든 퍼널의 유저 타겟팅 가능



03

크리테오 상품



크리테오 상품: 배너 형태별

다이나믹 캠페인

사이트 내 보유한 다양한 상품을 배너 내 다이나믹하게 노출 및 각 상품 클릭 시 상품 상세페이지로 이동하여 전환이 높게 나타남



Banner Formats

집행 기준 & 추천 업종

- ✓ 최소 집행 비용 : 100만원 (VAT제외), (*전략 광고주 계정 500만원)
- ✓ 과금 형식 : CPC or CPM (상품에 따라 별도 적용)
- ✓ 추천 업종 : 리테일, 여행 등

스태틱 캠페인

사이트 내 특정 전환을 KPI (예 : 회원가입, 상담신청 등) 를 목적으로 집행 시 집행 용이 및 주목도 높은 이미지 배너를 활용 가능



Banner Formats

집행 기준 & 추천 업종

- ✓ 최소 집행 비용 : 100만원 (VAT제외), (*전략 광고주 계정 500만원)
- ✓ 과금 형식 : CPC or CPM (상품에 따라 별도 적용)
- ✓ 추천 업종 : 금융, 교육, 통신 등

크리테오 상품: 유저 및 채널 별

	Web (웹)	App (앱)
신규 유저	Consideration, CCA	App Install
활성 유저	Criteo Dynamic Retargeting Low Funnel (=LF)	App Retargeting (LF)
휴먼 유저	Criteo Dynamic Retargeting Mid Funnel (=MF)	App Engagement, App Retargeting (MF)
CRM 유저	CAM	App Engagemnet

크리테오 엔진

일정 UV 수준에 도달 된 후 전환 및 효율 최적화

방문자 도달 및 볼륨 최적화

01



VISITO 엔진
(Visitor Optimization)

이탈률이 낮은
방문자들 타겟

02



CO 엔진
(Conversion Optimization)

구매 가능성이 높은
방문자들 타겟

03



RO 엔진
(Revenue Optimization)

구매액이 높은
방문자들 타겟

04



VO 엔진
(Value Optimization)

마진이 더 높은
상품을 우선 추천

크리테오 엔진

특정 KPI 타겟 안에서 자유로운 광고 디스플레이 & 광고비 운영

01



ACO 엔진
(Adaptive Conversion
Optimization)

CPO 타겟 기준으로
자동 광고 노출

02



ARO 엔진
(Adaptive Revenue
Optimization)

COS 타겟 기준으로
자동 광고 노출

“AO엔진 주의사항”

CPC가 자동 조절되며, 광고주
KPI 달성을 위해 예산 캠퍼는
권장하지 않습니다.

ACO는 CO를 진행 후,
ARO는 RO를 진행 후,
엔진이 효과적으로 운영될 수
있는지 담당 AS와 적합성 확인
후에 적용 가능합니다.

크리에오 상품: Consideration

- ✓ 상품 목적 : 신규 유저 트래픽 및 브랜딩 최적화
- ✓ 상품 특징 : 2가지 형태의 오디언스 선택 가능, 브랜딩 배너 적용 가능
- ✓ 과금 형식 : CPM
- ✓ 기본 적용 엔진 : Visito (방문 최적화 엔진)
- ✓ 최소 집행 비용 : 100만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)
- ✓ 집행 제안 환경 :
 - 1) 사이트 런칭 직후 신규 모수 볼륨 확대
 - 2) 주요 빅 이벤트 사전 신규 모수 볼륨 확장
- ✓ 집행 가능 채널 : PC(웹), Mobile(웹)

오디언스 선택 가능

Similar Audience
(시밀러 오디언스)

Commerce Audience
(커머스 오디언스)

크리에이티브 차별화



다이나믹배너

+

브랜딩 이미지 or 비디오 소재

신규 유저 트래픽 관련 리포팅 별도 제공



크리에오 상품: Consideration

Similar Audience

(시밀러 오디언스)

머신러닝 (100%) 활용 타겟팅 적용

룩어라이크 파인더 (Lookalike Finder)
머신러닝을 통해 최근 방문자와 유사한 성향을 보이는 잠재고객 타겟팅

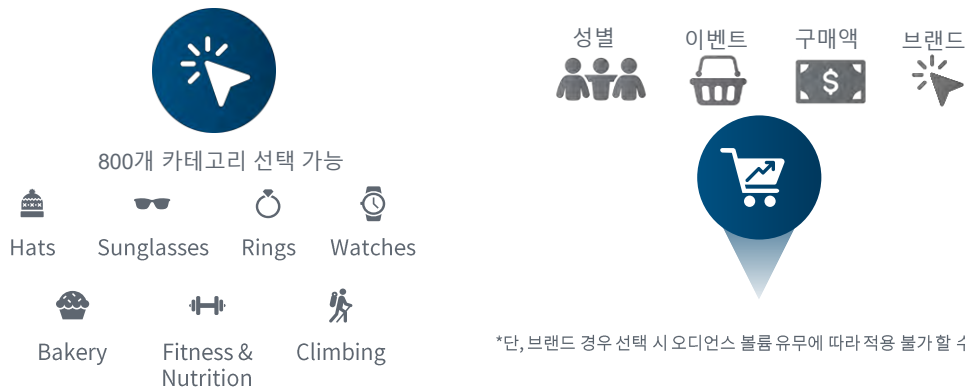


Commerce Audience

(커머스 오디언스)

선택 카테고리 혹은 이벤트 항목 활용 타겟팅 적용

800여개 이상의 특정 카테고리 및 성별/이벤트/구매금액/브랜드 등 선택 가능
선택된 카테고리 혹은 항목에 대해 최근 방문자와 유사한 성향을 보이는 잠재고객 타겟팅



*단, 브랜드 경우 선택 시 오디언스 볼륨 유무에 따라 적용 불가할 수도 있음

크리에오 상품: Consideration



컨시더레이션 배너 크리에이티브

- 비디오 소재 적용 가능
- 3가지 브랜드 요소 배너 내 적용
- 다이나믹 상품 이미지 믹스 적용



Format: Billboard



Format: Video



Format: App Install



Format: 3.60



Format: Search



Format: Slider



Format: Video



Format: Billboard

2.9%

Click-Through Rate
평균

30원대

CPC 평균

7백만

광고 클릭 확보



LG유플러스, 커머스 오디언스와 DCO+ 활용해 프로모션 인지도 증대

LG유플러스는 구글과 독점 제휴를 맺고 ‘베스트 오브 구글 5G 프로모션’을 기획, 소비자들의 관심사를 기반으로 프로모션의 가치를 더욱 높일 수 있는 커뮤니케이션 전략을 구상했습니다.

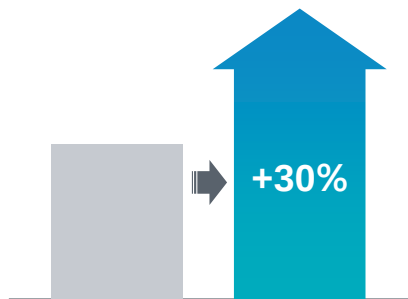
크리테오와의 협업을 통해 코로나19 이전 대비 급증한 키워드를 추출하고 고객의 실시간 행동 데이터를 기반으로 리타겟팅을 집행했습니다. 이를 통해 프로모션 혜택과 더불어 갤럭시 노트20 구매에 대한 관심도를 높이고자 했습니다.

커머스 오디언스를 활용한 크리테오의 컨시더레이션 캠페인은 키워드별로 세분화된 관심사 카테고리를 정확하게 나누어 캠페인 셋업을 가능하게 하였으며, 실시간 세그먼트별 퍼포먼스 차이에 따른 입찰가 조정 및 예산 비중 조절을 통해 안정적으로 캠페인 운영이 가능했습니다.

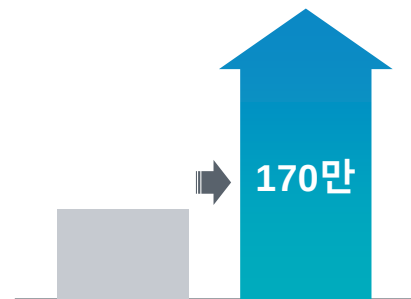
또한, 크리테오의 다이나믹 크리에이티브 솔루션에 포함된 DCO+와 상품추천 엔진을 완전하게 활용하기 위해, 가상의 카탈로그인 Fake Feed 를 구축하여 관심사 카테고리별 소재 이미지와 T&D를 상이하게 구성하여 각각의 유저별로 개인화된 맞춤형 배너가 노출될 수 있었습니다.

크리에오 상품: Consideration

 **TOUR2000**



*유효 트래픽

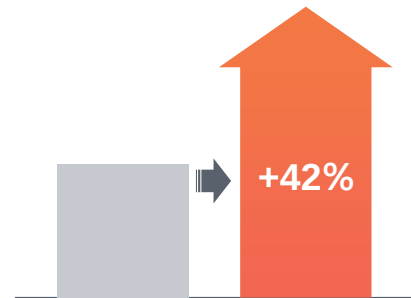


신규 방문자

 **INTERSPORT®**



이탈률



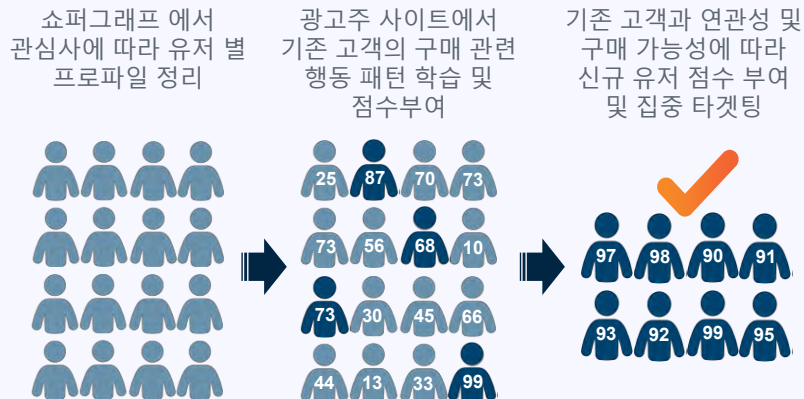
방문자 체류
시간

크리에오 상품: CCA

- ✓ **상품 목적** : 신규 유저 전환 최적화
- ✓ **상품 특징** : 전환 최적화 엔진으로 ROAS 최적화 가능
- ✓ **과금 형식** : CPC
- ✓ **기본 적용 엔진** : CO (전환 최적화 엔진)
- ✓ **최소 집행 비용** : 100만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)
- ✓ **집행 제안 환경** :
 - 1) 신규 모수의 구매 전환 KPI 시
 - 2) 주요 빅 이벤트 구매 전환 최적화 시 (약 1달 전 사전 집행 추천)
- ✓ **집행 가능 채널** : PC(웹), Mobile(웹)

전환 가능성이 높은 신규 유저 타겟팅

기존 고객과 가장 유사한 행동 패턴 신규 유저와
구매 가능성이 높은 유저 타겟팅



기간 별 ROAS 참고 예시



※캠페인 별 효율은 다를 수 있습니다.

크리테오 상품: CCA

카테고리 수준에서의 상품 데이터 분석을 통한 개인화된 맞춤 상품 추천 가능

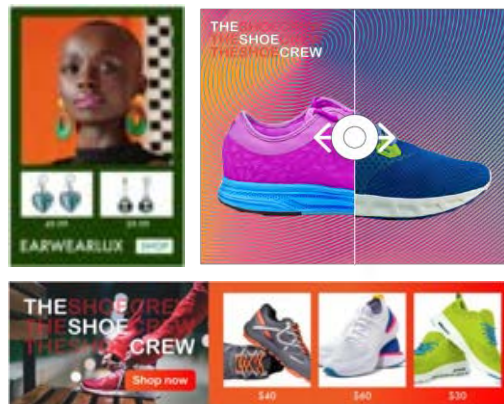
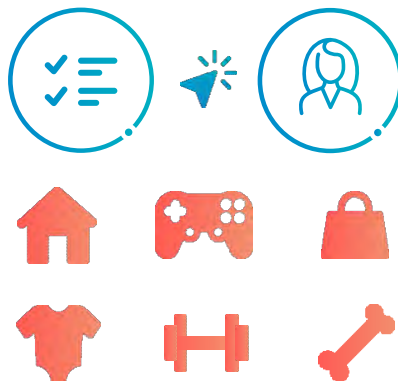
최근 1개월 동안
광고주 사이트에서 열람된
유저의 관심상품 파악



상품 카테고리 정보를
유저의 관심사와 매칭해
가장 적절한 상품을 파악



매칭된 정보를 바탕으로
신규 유저에게
맞춤형 관심 상품 추천





LF몰, Criteo Customer Acquisition 집행 후 신규 매출 8% 향상

Challenge

LF는 1953년 설립 이후 꾸준한 혁신을 통해 국내 패션산업의 선진화를 주도하고 있으며, 글로벌 패션 브랜드하우스로 입지를 넓혀 나가고 있는 국내 대표 패션 기업입니다. LF의 프리미엄 패션몰인 LF몰은 40여개의 자사 브랜드와 2000여 개가 넘는 다양한 브랜드를 입점, 유통하여 글로벌 패션 종합 플랫폼으로 거듭나고 있습니다.

국내 이커머스 이용자 규모의 성장이 임계점에 도달하는 가운데 LF몰은 고객의 관심과 니즈에 부합하는 가치있는 상품 정보로 자사 제품을 구매할 가능성이 높은 고객들에 대한 타겟팅 전략을 강화하게 되었고, 신규우량고객 유입과 온라인 매출 성장을 도울 수 있는 파트너를 찾게 되었습니다.

Solution

LF몰은Criteo Customer Acquisition을 통해 브랜드 노출을 확대하고 동종업계 대비 온라인 매출을 크게 성장시킬 수 있었습니다. Criteo Dynamic Retargeting을 통해 기존 고객을 타겟팅하는 한편, Criteo Customer Acquisition을 추가적으로 적용하여 구매 가능성이 높은 신규 고객을 확보하였습니다.

크리테오의 탁월한 아이덴티티 그래프(Identity Graph) 기술과 고유한 고객 스코어링 기법을 사용해 LF몰은 모든 디바이스, 브라우저 및 앱에서 기존 고객과 신규 고객을 정교하게 구분해내고 전환 가능성이 가장 높은 고객을 식별했습니다. 또한 AI 기반의 제품 추천을 제공하는 맞춤형 광고로 고객 인게이지먼트를 극대화하였습니다. 이러한 캠페인 덕분에, LF몰의 신규고객 매출은 전분기 대비 8% 증가라는 성과를 기록했습니다

5.8X

더 많은 고객에게 도달

8%

신규 매출액 증가

8,000

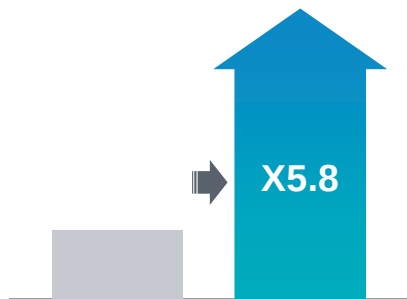
하루 평균 신규 유입

500

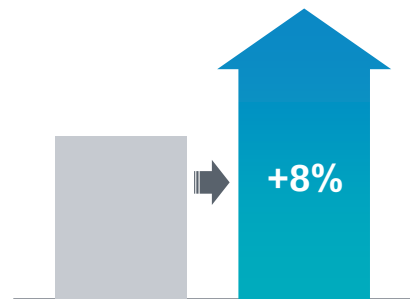
월평균 신규 구매자

크리테오 상품: CCA

I.I:mall

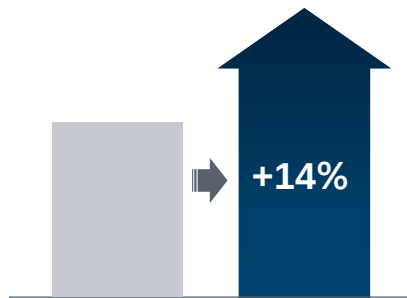


도달률

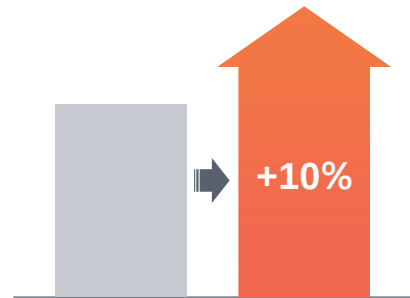


매출액

Reebok



MoM 전환



ROAS

Consideration VS CCA

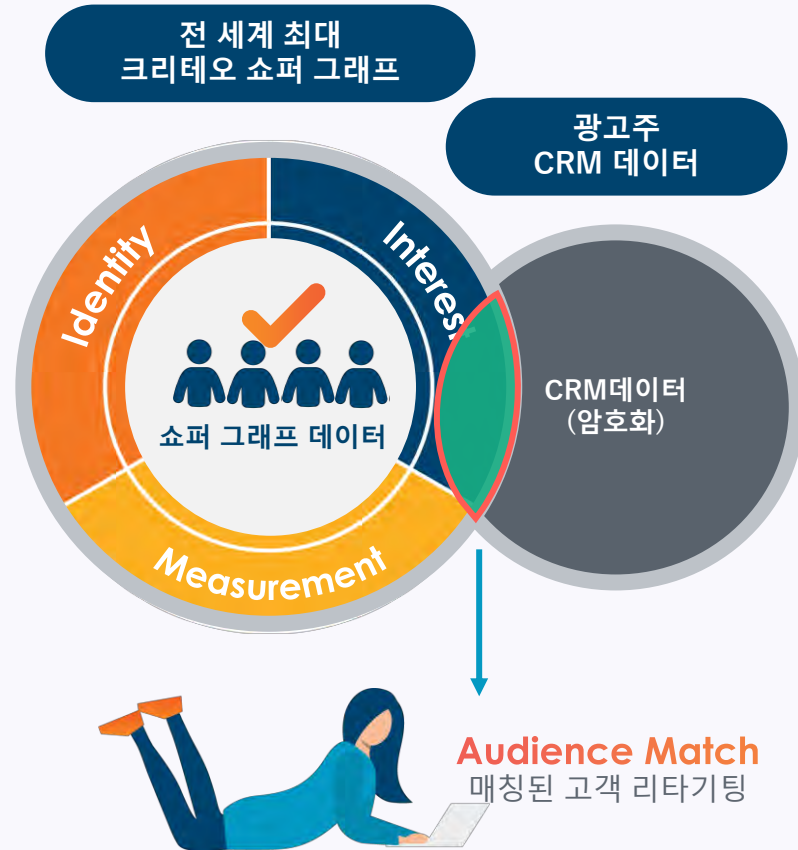
	컨시더레이션	CCA
캠페인 목표	신규 유저 트래픽 및 브랜딩 최적화	신규 유저 전환 최적화
오디언스	시밀러/커머스	시밀러
과금 방식	CPM	CPC
최적화 엔진	VISITO (방문 최적화 엔진)	CO (전환 최적화 엔진)
최소 집행 금액	100만원 (전략 광고주 계정 500만원)	100만원 (전략 광고주 계정 500만원)

크리에오 상품: CAM

- ✓ **상품 목적** : 고객사 보유 CRM 데이터 활용 직접 타겟팅
- ✓ **상품 특징** : 광고주의 1st Party Data (=CRM 이메일 형태)를 활용하여 광고주 홈페이지로의 재유입 및 전환 유도
- ✓ **과금 형식** : CPC
- ✓ **기본 적용 엔진** : CO (전환 최적화 엔진)
- ✓ **최소 집행 비용** : 100만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)
- ✓ **집행 제한 환경** :
 - 1) 내부 보유 CRM (=이메일 형태) 데이터가 500개 이상일 경우 (*단, 10만 이상 데이터 활용 시 적극 권장)
 - 2) 오프라인 유저 활용 온라인 구매를 일으키고자 할 경우
 - 3) 멤버십(=이메일 형태) 데이터를 활용하여 타겟팅 하고자 할 경우
- ✓ **집행 가능 채널** : PC(웹), Mobile(웹)

매칭률 **60%**

LF 캠페인 대비 도달률 **1.5x**



크리에오 상품: CAM

오디언스 업로드

이 오디언스는 캠페인 생성 플랫폼에서 사용될 수 있습니다.

개인정보 보호

Criteo는 개인식별정보를 직접적으로 저장하지 않기 위해 최첨단 데이터 해싱 알고리즘을 사용합니다.

식별자 포맷

E-mail:

- 광문 이메일(해시된 버전만 서버에 저장)
- E-mail의 MD5 또는 SHA256의 MD5 해시
- E-mail은 해싱이 되기 전에 소문자로 변환될

사용자 ID:

- IDFA
- AAID
- Criteo Cookie ID

파일 포맷

파일에는 최소 200개의 고유한 식별자가 포함되어야 합니다. 파일 포맷은 .csv, .txt, 또는 .tsv이어야 합니다. 파일에는 1개 열만 포함될 수 있습니다.

이메일 목록 업로드

사용자 ID 목록 업로드

최소

추가

Criteo Audience Match = CAM

식별 데이터

1. 광고주가 보유한 Email List
2. Device ID (ADID / IDFA)
3. Cookie ID

권장사항

1. 최소 10만개 이상의 Data Upload
2. 주기 별 업데이트
3. 광고주의 목적에 따라 세분화하여 진행 권장
(ex : 광고주 내부 기준 미구매 유저, 휴면 유저, 특정 이벤트 도달 유저 등)



Criteo Audience Match를 통해 이탈 고객의 매출을 향상한 La Redoute

Challenge

프랑스의 선두적인 패션 및 가정용품 리테일 기업 La Redoute는 2년이 넘게 구매하지 않은 고객들을 웹사이트로 다시 불러올 방법을 찾고 있었습니다.

기존의 리타기팅 캠페인은 웹사이트를 방문한지 가장 60일이 된 고객들만 타게팅 할 수 있기 때문에, La Redoute는 이러한 고유한 니즈를 해결해 줄 수 있는 공급업체가 필요했습니다.

Solution

Criteo Audience Match는 La Redoute가 찾고 있던 기능과 퍼포먼스를 제공했습니다. 업계 최고 수준의 매치율을 자랑하는 Criteo Audience Match는 La Redoute가 이메일 주소를 통해 온라인 사용자를 효과적으로 매치할 수 있도록 해주었습니다.

La Redoute는 또한 다양한 디바이스 전반에서 사용자들을 파악하여 최적화된 타게팅과 보다 나은 사용자 경험을 제공할 수 있었습니다. 이탈 고객이 파악되면, La Redoute의 베스트 셀러 상품이 포함된 다이내믹 광고를 디스플레이하여 고객이 웹사이트를 다시 방문하도록 유도하였습니다.

“모든 디바이스에서 폭넓은 제휴 매체사들에게 도달하고 높은 매치율을 제공하는 Criteo Audience Match는 고객들에게 리인게이지의 이유를 제공해주는 완벽한 솔루션입니다.”

-나탈리 두페엣 (Nathalie Dufayet) 트래픽 관리자, La Redoute

70%

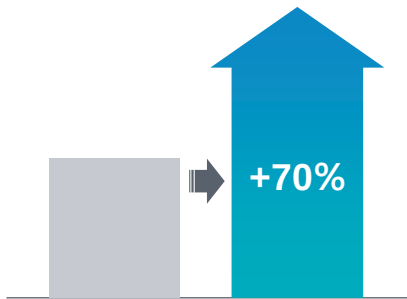
이탈 고객의 온라인 매치율

+50%

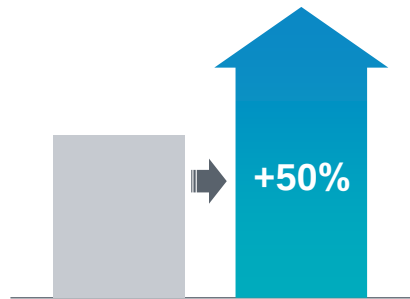
이탈 고객으로부터 매출 향상

크리테오 상품: CAM

La Redoute
French Style Made Easy

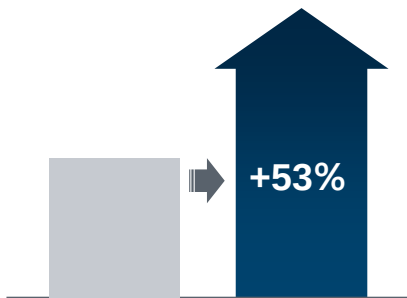


*이탈 고객 매칭율

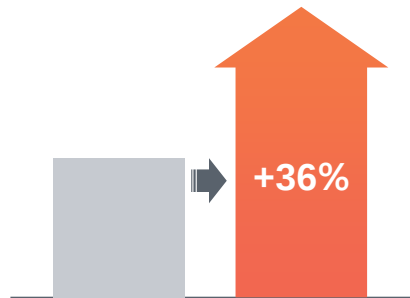


이탈 고객 매출

JOURNEY[®]



QoQ 매출



크리테오 기여 전환

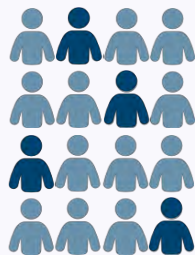
*이탈 고객 매칭률 : 크리테오의 Shopper Graph 와 광고주가 보유한 유저 개인식별 정보의 일치율

크리에오 상품: Mid Funnel(=MF)

- ✓ 상품 목적 : 60일~400일 이내 광고주 홈페이지 방문 유저 타겟팅
- ✓ 상품 특징 : 휴면 기간을 선택 동시 재방문, 재구매 유도
- ✓ 과금 형식 : CPC
- ✓ 기본 적용 엔진 : 캠페인 상황에 따라 별도 적용
- ✓ 최소 집행 비용 : 100만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)
- ✓ 집행 제안 환경 :
 - 1) Low Funnel (=LF) 캠페인 집행과 함께 휴면 유저 추가 매출 확보하고자 할 시
 - 2) 신제품 출시, 가격 할인 이벤트 등 빅 이슈 사전 (1~2개월 추천) 내부 보유 모수 100% 활용하고자 할 시
- ✓ 집행 가능 채널 : PC(웹), Mobile(웹)

60일~400일 사이
휴면 기간 선택 & 휴면 유저 집중 타겟팅

50% 할인이벤트
or
신제품 출시 이벤트



상품 추천

보이지않던

상품 재인지

알고있던
브랜드

재구매유도
추가매출



크리에오 상품: Low Funnel (=LF)

- ✓ **상품 목적** : 60일 이내 광고주 홈페이지 방문 활성 유저 타겟팅
- ✓ **상품 특징** : 현재 가장 구매력이 높은 활성 유저 집중 구매 유도
- ✓ **과금 형식** : CPC
- ✓ **기본 적용 엔진** : Visito (방문 최적화 엔진)
*단, 일정 전환 발생 후 최적화 시 CO (전환 최적화 엔진) 적용 추천
- ✓ **최소 집행 비용** : 100만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)

집행 제안 환경 :

- 1) UV 약 4만 이상 보유 시 집행 추천 (*전략광고주 경우 별도 협의 필요)
*UV 약 4만 불륨이 되지 않을 시 Consideration or CCA 병행 집행 추천
- 2) 현재 활성 모수를 최대한 활용하여 매출 극대화 하고자 할 시

- ✓ **집행 가능 채널** : PC(웹), Mobile(웹)



크리테오 상품: App Solution



1. 앱 인스톨 / CPC과금, CPI 확인 가능

- 앱 설치 캠페인 목표 시 운영 가능
- 목표 CPA(Cost-Per-Action)를 달성하면서 앱 인스톨의 스케일 확보
- CPI 최적화

2. 앱 인게이지먼트 / ADID 활용

- 앱을 처음 설치한 사용자에게 한 앱 사용 유도
- 휴면 사용자 활성화 (+App MF Retargeting)
- 앱을 삭제한 사용자의 재설치 유도
- 앱 인게이지먼트 62% 향상 입증

3. 앱 리타겟팅 / ROAS or CPO - KPI 진행

- 타겟 ROI/ROAS 달성
- 광고주 니즈에 맞게 특별/시즌별 프로모션
- 사용자에게 앱 업데이트 및 새로운 기능에 한 알림 유지
- 전환 최적화
- 인앱 전환 39% 향상 입증

크리에오 상품: App Install

- ✓ **상품 목적** : 앱 미설치 유저에게 앱 다운로드 유도
- ✓ **상품 특징** : RTB SUPPLY 고퀄리티 매체 내 노출 가능, 목표 CPI 설정하여 운영 가능
- ✓ **과금 형식** : CPC (*단 리포팅 내 CPI 확인 가능)
- ✓ **랜딩 위치** : 각 OS 앱스토어 (구글플레이, 애플스토어)
- ✓ **광고 노출 영역** : 앱(App) 인벤토리, 모바일웹(mWeb) 인벤토리
- ✓ **기본 적용 엔진** : Adaptive IO (CPI 최적화 엔진)
- ✓ **최소 집행 비용** : 500만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원/OS)
- ✓ **집행 제한 환경** :
 - 1) 목표 타겟 대상 CPI 타겟팅 효율적인 캠페인 운영하고자 할 시
 - 2) 장기적으로 앱 내 구매 매출 확보를 하고자 할 시
 - 3) 광고주 웹사이트 방문자 활용 앱인스톨 하고자 할 시
- ✓ **집행 가능 채널** : App (앱)

100% RTB 고퀄리티 매체 내 노출 가능

criteo

국내외 주요 Ad Exchange 를 통한
약 60만 앱 매체와 제휴

unity

mopub

MobFox

smaato

OpenX

APPDEAL

DoubleClick
Ad Exchange

TAPSENSE

MAX

APPROVIN

RUBICON

inneractive

Chartboost

NEXAGE

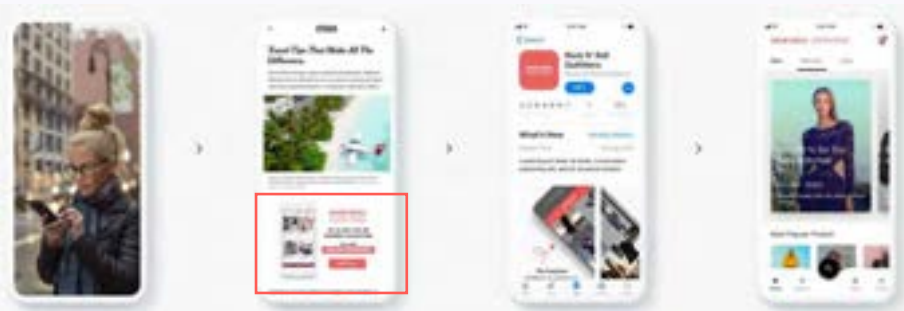
앱인스톨 캠페인 프로세스 및 예시

모바일
서핑

인벤토리
노출

OS별
스토어이동

앱설치
이용



크리에오 상품: App Install



App install 1

- 스테틱 이미지 사용
- 비율에 맞는 3가지 이미지가 필요함

App install 2~7

- 각각 프로덕트가 표시되는 그리드가 다름
- 기존의 다이내믹 배너와 같이 추천상품 표시

App install Video 1&2

- 스테틱 비디오 사용
- 비율에 맞는 3가지 비디오 에셋이 필요함

App install Video Reco

- 추천상품 표시
- 스테틱 비디오 사용
- 비율에 맞는 3가지 비디오 에셋이 필요함

App install Branding Reco

- 스테틱 이미지 사용
- 비율에 맞는 3가지 이미지가 필요함
- 추천상품 표시

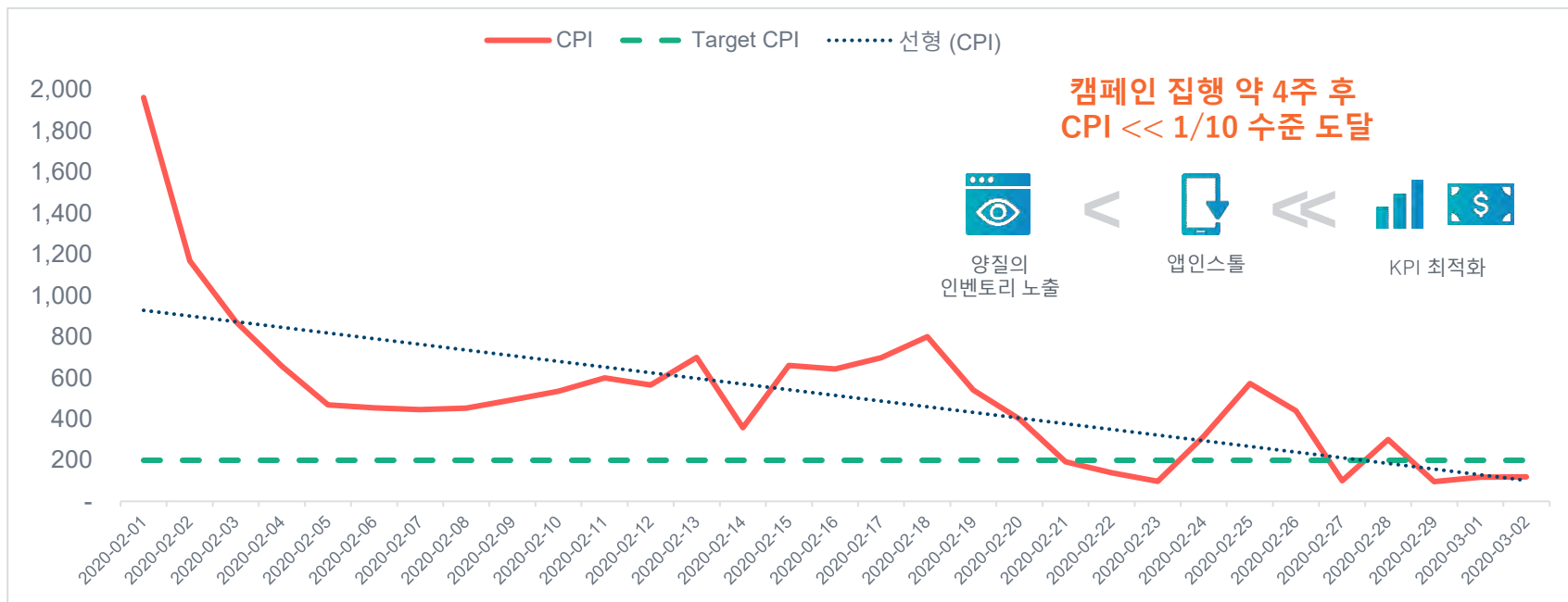
App install Screenshots

- 스테틱 이미지 사용 (예시)

크리테오 상품: App Install

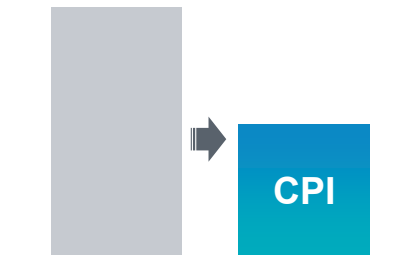
A광고주 앱 인스톨 캠페인 런칭 후, 약 1달 만에 Target CPI 도달

주요 사례 : 기간별 CPI 추이

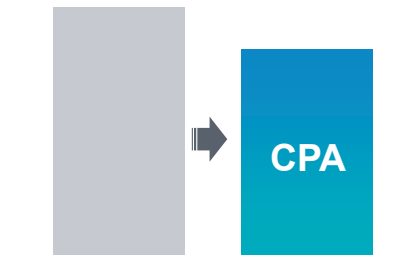


크리테오 상품: App Install

소셜 커머스 광고주



*600~700원 대

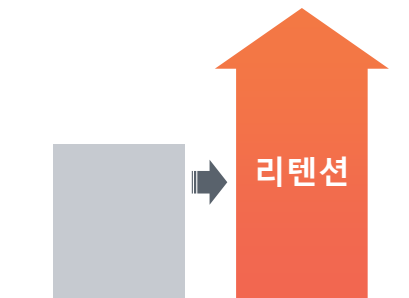


회원가입 단가 1만원 초반 대

데이팅 앱 광고주



*3000원 대

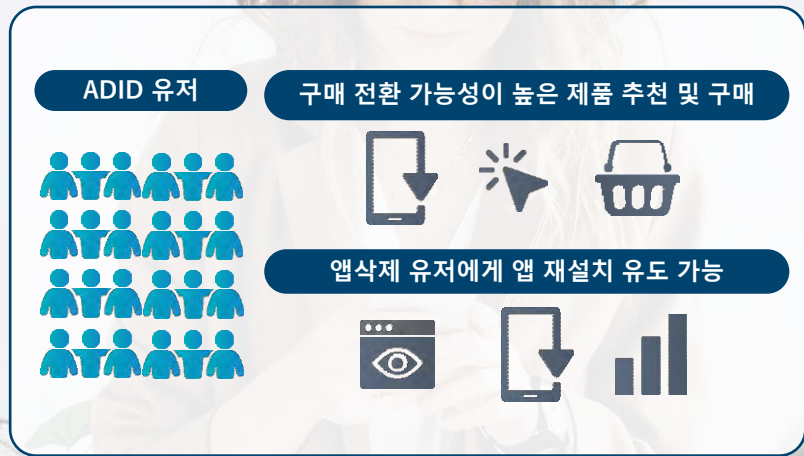


D1 리텐션 30%

*Attribution Window : Click 7-day 기준

크리에오 상품: App Engagement

- ✓ 상품 목적 : ADID 활용 해당 타겟 인앱 구매 전환 유도 및 앱삭제 유저 재설치 및 구매 유도
- ✓ 상품 특징 : 광고주가 보유한 ADID 를 통해 해당 유저 타겟팅 가능
- ✓ 과금 형식 : CPC (*단 리포팅 내 CPI 확인 가능)
- ✓ 랜딩 위치 : 마케팅 니즈에 따라 상품 상세 페이지, 스토어, 이벤트 페이지 등 설정 가능
- ✓ 광고 노출 영역 : 앱(App) 인벤토리 + 웹(M) 인벤토리
*Device ID 사용시 App 영역으로만 설정 가능
- ✓ 기본 적용 엔진 : CO (전환 최적화 엔진)
- ✓ 최소 집행 비용 : 300만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원)
집행 제한 환경 :
1) ADID를 통해 원하는 타겟 집중 인앱 매출 최적화 하고자 할 시
2) 앱 설치 이후 앱삭제 유저 대상 앱 재설치를 유도하고자 할 경우
- ✓ 집행 가능 채널 : App (앱)



크리에오 상품: App Engagement (Web App 프로세스 동일)

오디언스 업로드

이 오디언스는 캠페인 생성 플랫폼에서 사용될 수 있습니다.

이메일 목록 업로드

사용자 ID 목록 업로드

개인정보 보호

Criteo는 개인식별정보를 직접적으로 저장하지 않기 위해 최첨단 데이터 해싱 알고리즘을 사용합니다.

식별자 포맷

E-mail:

- 광문 이메일(해싱된 버전만 서버에 저장)
- E-mail의 MD5 또는 SHA256의 MD5 해시
- E-mail은 해싱이 되기 전에 소문자로 변환됨

사용자 ID:

- IDFA
- AAID
- Criteo Cookie ID

파일 포맷

파일에는 최소 200개의 고유한 식별자가 포함되어야 합니다. 파일 포맷은 .csv, .txt, 또는 .tsv이어야 합니다. 파일에는 1개 열만 포함될 수 있습니다.

최소

추가

App Engagement

식별 데이터

1. 광고주가 보유한 Email List
2. Device ID (ADID / IDFA)
3. Cookie ID

권장사항

1. 최소 10만개 이상의 Data Upload
2. 주기 별 업데이트
3. 광고주의 목적에 따라 세분화하여 진행 권장
(ex : 광고주 내부 기준 미구매 유저, 휴면 유저, 특정 이벤트 도달 유저 등)

크리에오 상품: App Retargeting

- ✓ **상품 목적** : LF 유저 활용 앱 설치 유저 대상 인앱 구매 최적화 유도 혹은 MF 유저 활용도 가능
- ✓ **상품 특징** : 인앱 내 상품 상세페이지 도달로 앱 내 매출 극대화 가능
- ✓ **과금 형식** : CPC
- ✓ **랜딩 위치** : 각 앱 내 상품 상세페이지 or 목표 이벤트 페이지
- ✓ **광고 노출 영역** : 앱(App) 인벤토리, 모바일웹(mWeb) 인벤토리
- ✓ **기본 적용 엔진** : CO (전환 최적화 엔진)
- ✓ **최소 집행 비용** : 300만원 (VAT제외), (*전략광고주 계정 500만원/OS)
- ✓ **집행 제한 환경** :
 - 1) 인앱 매출 최적화 KPI로 하여 운영하고자 할 시
 - 2) 목표 이벤트 매출 최적화 KPI로 하여 운영하고자 할 시
 - 3) 전략광고주 경우 MAU 약 30만 시 운영 추천
- ✓ **집행 가능 채널** : App (앱)

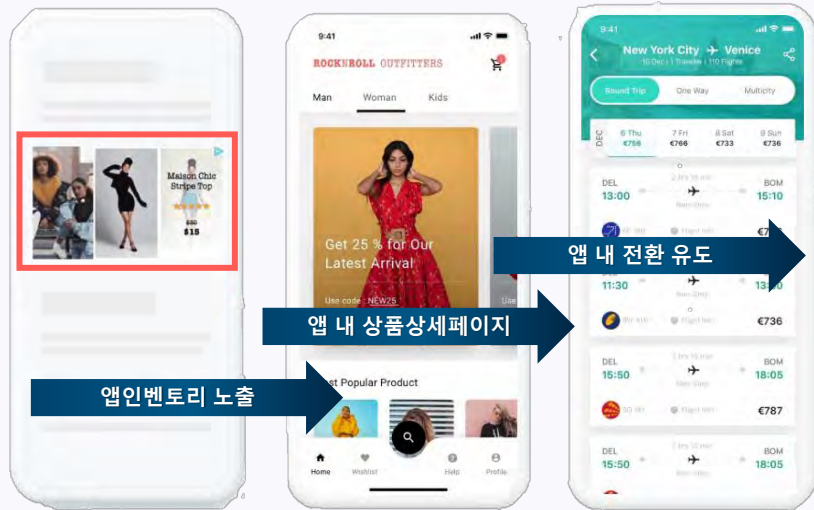


크리에오 앱솔루션 성과
VS 경쟁사 대비

90%↑

테스트 완료

딥링크를 통해 앱 내 상품 상세 페이지로 바로 이동
앱 내 직접 구매 유도 가능





How brands4friends keeps customers hooked with Criteo's in-app campaigns

Challenge

2,500개 이상의 패션, 뷰티, 그리고 생활 잡화를 최대 90% 할인가로 판매하는 brands4friends는 데일리 뉴스레터와 푸시 알림으로 고객들에게 항상 최신의 할인 정보를 보내주는 등, 고객의 인앱 참여도를 향상시키는 것에 주력해 왔습니다.

전체 매출에서 앱을 통한 매출 비중이 절반에 달하고 앱 유저가 활발한 활동량을 보이고 있기 때문에, brands4friends는 앱 유저들의 충성도를 강화시킬 수 있는 방법을 고민하고 있었습니다.

Solution

Criteo 앱 캠페인을 활용하기로 결정했을 당시, brands4friends는 이미 Criteo Web 캠페인을 운영하고 있었습니다. brands4friends의 CMO, 토스텐 울프의 말에 따르면 “App 유저는 Web 유저보다 더욱 충성도가 높고, 구매를 더 자주 하며, 전반적인 참여도가 높기” 때문에 이들만을 대상으로 하는 앱리타겟팅 광고의 필요성을 느꼈다고 합니다.

Criteo 앱 솔루션을 활용하고 난 뒤, 몇 주가 채 지나지 않아 벌써부터 brands4friends의 매출 볼륨은 급격히 증가하기 시작했습니다. Criteo의 인앱 다이내믹 광고는 자동으로 유저에게 가장 적합한 추천 상품을 자동으로 노출시켜 유저당 조회한 상품 수는 약 3배가 증가하였으며, 결과적으로 앱의 매출 비중을 7%나 향상시켰고, 활성 유저 또한 10%가량 증가하였습니다.

“Criteo의 앱 솔루션은 유저의 참여도와 인앱 매출을 극대화하는 목표를 충족시킨다는 점에 있어, 저희의 마케팅 목표에 가장 걸맞는 솔루션입니다.”

-토스텐 울프(Torsten Wolf), CMO, brands4friends

+7%

앱 매출 비중

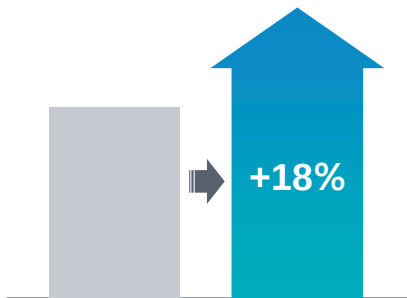
+10%

앱 내 활성 유저

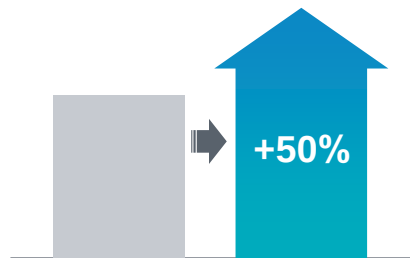
3x

유저당 조회한 상품 수

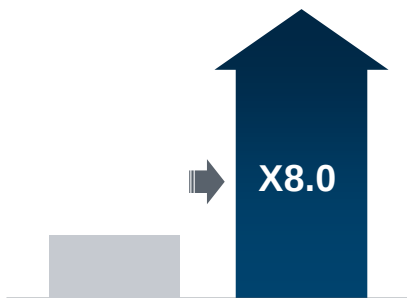
크리테오 상품: App Retargeting



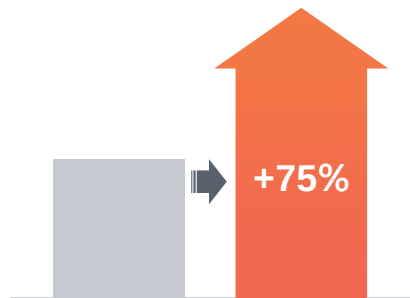
YoY 매출



*Programmatic 매출



ROAS



*추천상품 매출

*Programmatic 광고 : 유저에게 맞춤화된 광고를 자동으로 노출하는 형태의 광고

*추천상품 : 크리테오의 Product Recommendation 엔진을 통해 유저가 조회하지 않은 상품을 자동으로 최적화해 노출시키는 솔루션

04

크리테오 최적화



크리에오 쿠폰 배너 활용

쿠폰 배너란? 다이나믹 배너 소재와 함께 추가적인 메시지 전달이 가능한 이미지 배너로 2가지 형태가 있습니다.

일반 쿠폰 배너 : 로고존 영역 내 노출 가능

배너 장점 : 상품과 함께 추가 메시지를 동시 노출 가능
추천 상황 : 텍스트 문구와 함께 지속적인 유입 유도 시
세팅 참고 : 쿠폰 배너 기간 및 랜딩 URL 설정 가능



빅쿠폰 배너 : 배너 영역 전체 노출 가능

배너 장점 : 빅이미지와 함께 주목도 극대화 가능
추천 상황 : 주목도가 높게 필요한 이벤트 혹은 브랜딩 메시지 전달 시
세팅 참고 : 쿠폰 배너 기간 및 랜딩 URL 설정 가능

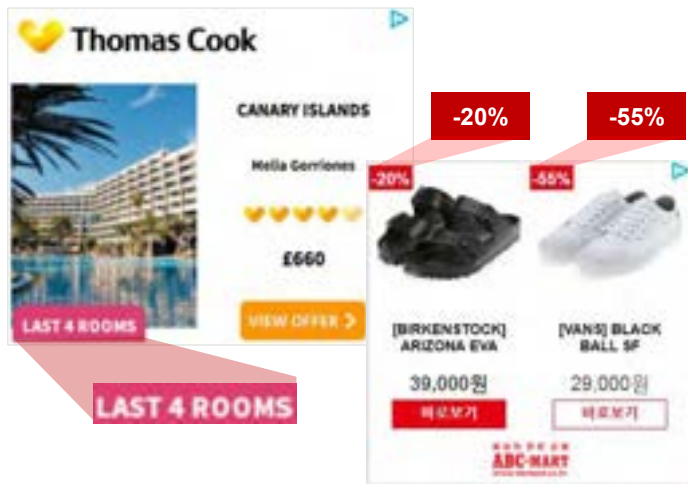


크리에오 배지 기능 활용

배지 기능이란?

다이나믹 배너 소재 내 추가적인 정보 노출이 가능한 기능입니다. (EX: 할인%, 별점, 후기메시지 등)
단, 해당 기능 설정을 하기 위해서는 피드 내 관련 정보가 노출이 되도록 설정이 되어 있어야 합니다.

배너 내 할인% 등 추가적인 정보를 노출하여
유저 주목도 및 유입 극대화 가능



*할인을, 남은 상품 개수, D-day 등

배너 내 별점 및 후기 문구 노출을 통해
추가적인 정보 전달 가능



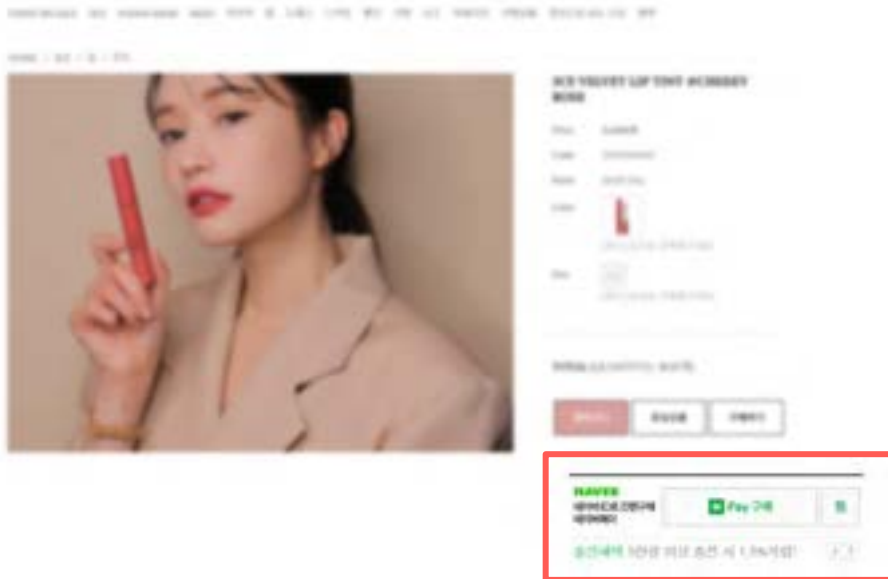
*다양한 별점 아이콘 선택 가능

Npay 스크립트 추가 적용

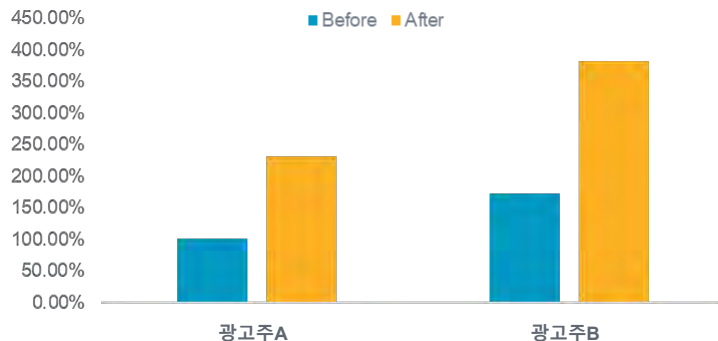
크리테오 광고 배너 클릭 후 'Npay' 를 통하여 전환을 할 경우 해당 전환 경우 3rd Party 시스템에 대한 성과로 크리테오 성과로 측정이 되지 않습니다. 해당 부분 경우 별도로 Npay 스크립트 설치가 가능하며 가급적 Npay를 활용하는 캠페인 경우 해당 스크립트를 필수 설치 하는 것을 권장합니다.

*단, Npay 스크립트를 통한 성과 경우 해당 Npay 버튼 클릭을 기준으로 전환 측정하고 있습니다.

*Transaction ID 리포트를 통해 Npay 구매 여부 확인이 가능합니다.



Npay 스크립트 적용 전후 ROAS 비교



05

크 리 테 오 운 영 프로세스



캠페인 운영 프로세스 – Web(웹) 캠페인

- 최소 집행 금액 : 100만원 (부가세 제외) / (*전략광고주 500만원)
- 기술 개발 필수 요소 : 피드, 태그 작업 (→ 광고주작업 or 호스팅사 연동)
- 라이브까지 소요 시간 : 최소 약 3~5일 에서 최대 약 7~14일 소요 (업무일 기준)
 - 호스팅사 : 평균 3~5일 소요 (카페24, 메이크샵, 고도몰, 위사 – 자동 연동 가능, 단 호스팅연동 Fee 발생)
 - 독립몰 : 평균 5~10일 소요 (광고주 개발자가 직접 태그 설치 및 상품 피드 제작)

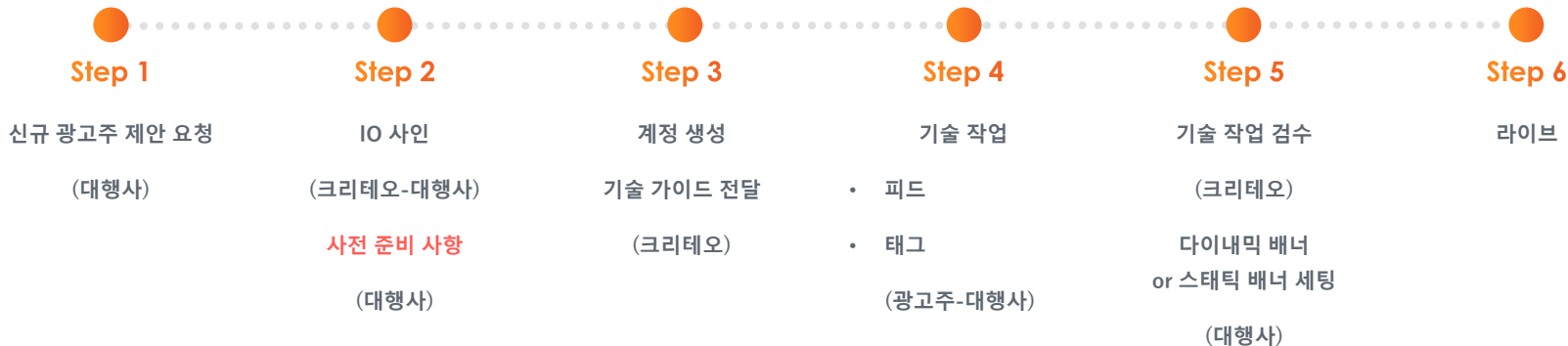


캠페인 운영 프로세스 – App(앱) 캠페인

- 최소 집행 금액 : 앱리타겟팅 300만원, 인스톨 500만원 (부가세 제외) / (*전략광고주 500만원/OS)
- 광고주 사전 준비 사항 : 정보 요청서 작성 (딥링크 샘플, 캠페인 KPI, MMP등)
- 기술 개발 필수 요소 : 피드(딥링크 필수), 태그 작업 (MMP 필수 – MMP의 경우 이벤트 Postback 권한위임으로 간단한 연동 가능)
- 라이브까지 소요 시간 : 최소 약 3~4주 소요(업무일 기준)

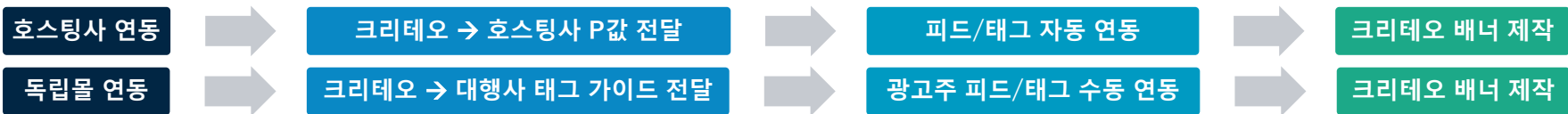
*기술 연동 제휴 MMP : 애플플라이어, 애드저스트, 애드브릭스, 브랜치, 코차바, 싱귤러, AB180

- 피드 : 웹 캠페인 피드가 있는 경우 기존 피드에 앱 딥링크 파라미터만 추가
- 태그 : 제휴 MMP 필수 이벤트 Postback 권한 위임 후 크리테오 작업



크리테오 Tag

크리테오 태그 연동 가이드 프로세스



크리테오 태그 예시

[illegible]

크리테오 Feed

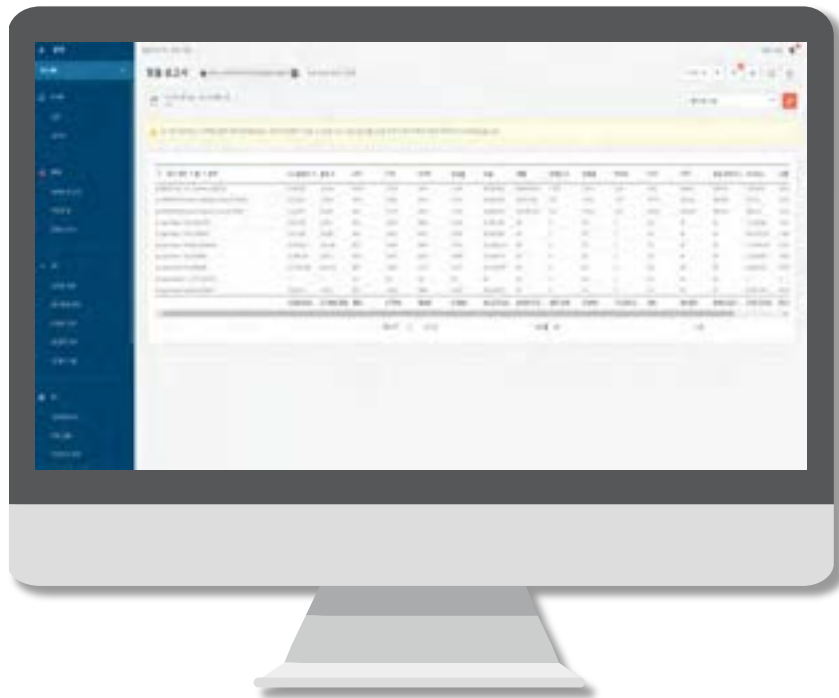
크리테오 피드란?

광고주 웹 사이트의 모든 제품에 대한 정보가 포함 된 파일입니다. Criteo는 이 정보를 사용하여 다이나믹 배너를 구성합니다.
광고주가 제공 한 모든 카탈로그 피드는 매일 업데이트 됩니다.



캠페인 라이브 후 리포팅

크리테오 리포팅 센터 : 매니지먼트센터 (Criteo Performance Platform – <https://marketing.criteo.com>)



- 크리테오 어트리뷰션 : 배너 클릭 후 30일 이내 구매
- 일/주/월/연도 별 광고 성과 확인 가능
 - 클릭, 노출, CTR, CPC, 광고비, 전환율, 구매건수, 매출, ROAS 등
 - Post Click, Post View 각각 어트리뷰션 성과 확인 가능
 - *크리테오 기준 ROAS 경우 Post Click 기준
- Transaction ID 리포트 제공
 - 배너를 클릭한 시간과 실제 구매가 발생한 시간까지 구매 ID 별 크리테오 전환 건수 확인 가능
- 원하는 UI로 리포팅 커스터마이징 가능

05

크리테오 FAQ



QUESTION		ANSWER
Q1	크리테오 집행 시 최소 UV 볼륨이 필요한가요?	LF 캠페인 효율을 일정 부분 기대하고자 하실 경우 월 UV 4만 이상이 될 경우를 추천 드립니다. 월 UV 볼륨이 약 4만 수준이 안될 경우도 집행 가능하시며 다만 해당 경우 Consideration 추가 집행과 함께 UV 모수 확보 캠페인을 병행 하시는 것을 권장 드립니다.
Q2	크리테오 집행 시 디바이스 분리가 가능한가요?	최소 집행 금액 100만원으로 캠페인 런칭 시 디바이스 분리는 불가 합니다. 다만 그 외 경우 기술적으로는 가능하나 디바이스 분리를 하지 않더라도 크리테오 경우 이미 크로스디바이스 학습이 되고 있기 때문에 가급적 캠페인 최적화를 위해서는 디바이스 통합을 권장 드리며, 디바이스 통합으로 운영하시더라도 리포팅 툴 내에서 각 디바이스별 성과 확인이 가능합니다.
Q3	크리테오 스크립트 삽입은 필수 인가요?	네, 엔진 학습 최적화와 스크립트는 연관성이 상당히 높기 때문에 필수 스크립트 경우 꼭 삽입 하시는 것을 권장 드립니다. 단, 크리테오 성과를 측정하지 않고 랜딩 페이지 유입/ 타랜딩페이지 도달을 목표로 하는 캠페인 경우 최소 적용 태그인 홈태그(HomeTag) 설치만으로 진행은 가능합니다.
Q4	캠페인 테스트 및 최적화 기간이 광고주마다 다른가요?	오디언스 퀄리티 및 볼륨에 따라 최적화 기간이 각각 다르며 캠페인 라이브 후 평균 2~3주 동안의 최적화 기간이 필요합니다. 또 CCA 혹은 Consideration 캠페인을 병행 집행 하여야 할 경우 LF 캠페인 라이브 약 3주 후 추가 집행 하는 것을 권장 합니다.
Q5	크리테오의 예산 유형은 몇가지인가요?	크게 [한도없음] 과 [한도있음] 2가지로 구분 이 됩니다. [한도없음] 경우 별도의 예산 설정이 없이 데일리 트래픽에 따라 소진이 되는 형태이며, [한도있음] 경우 일별 갱신/월별 갱신 혹은 소진 시 자동 갱신 등 여러 유형에 따라 한도 설정 옵션 선택이 가능합니다. 다만 광고주 및 캠페인 별 가장 적합한 예산 유형이 상이하기 때문에 크리테오 담당자를 통해 확인이 필요합니다.
Q6	크리테오 광고의 전환 기여 기준은 어떻게 되나요?	크리테오는 지속적인 노출 및 인지, 그리고 구매를 이끄는 리타기팅 광고 특성을 반영하여 최초 배너 클릭 후 30일을 기여 기간으로 전환을 측정 하고 있습니다. 해당 전환은 클릭 후 전환 (=Post Click) 기준으로 ROAS 가 측정되며 원하실 경우 배너 노출 후 24시간 내 전환 (=Post View) 전환 데이터도 리포팅 내 추가 확인이 가능합니다.
Q7	크리테오 광고의 전환 기여 기준 변경이 가능한가요?	Deduplication (=DD) 기능을 통해 기여 기준 설정 변경은 가능 하지만 엔진 학습 최적화 및 리타기팅 광고의 특성 및 캠페인 최적화를 위해서는 변경을 지양합니다.
Q8	크리테오 광고 집행에 필요한 소재 제작가이드가 별도로 있는가요?	피드형 광고인 '다이나믹 배너' 경우 별도로 제작가이드는 없습니다 반면 고정 이미지 광고인 '스태틱 배너' 경우 사이즈별 배너 제작을 하셔서 전달 주셔야 합니다. 해당 가이드는 요청 시 별도 전달이 가능합니다.
Q9	크리테오 집행 시 지역/성별/연령 혹은 키워드 등 설정이 가능한가요?	크리테오 광고 경우 사이트 내 구매 가능성이 가장 높은 유저를 시 엔진이 학습하여 타겟팅 하는 것으로, 별도 타겟팅 설정이 불가능합니다.



About Criteo

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고로 전 세계 마케터를 지원하는 글로벌 기술 기업입니다. 2,600여명의 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 협력합니다. 또한 다양한 규모의 기업들이 고객에게 더 나은 정보와 서비스를 제공하기 위해 필요한 기술을 제공합니다.