

Criteo 推出跨屏个性化广告解决方案

- 随着消费者开始使用多台设备，企业可以利用移动和桌面设备上的丰富的、可操作的数据资源，来提高广告推荐的相关性和个性化

近日，效果展示广告厂商 Criteo（纳斯达克代码：CRTO）宣布，在全球范围内提供跨屏的广告解决方案。Criteo 能够了解消费者在各个设备上的消费行为，从而能大规模精准投放个性化的广告。凭借全新的跨屏能力，Criteo 将帮助广告主在各类屏幕和设备展示个性化的广告，吸引目标消费者。

据埃森哲的报告¹指出，中国的数字消费者已形成使用多平台多设备的习惯。其中，中国城市消费者中有 70%使用智能手机，60%使用平板电脑。因此，对于零售商而言，能在各个设备屏幕接触到消费者至关重要。为了充分利用这一机会，商家应该与他们的消费者在各个设备和平台上无缝对接，使自己的跨屏广告随处可见。

目前，Criteo 的月度互联网用户覆盖数量已达到近十亿，并可在所有主流的联网移动设备上提供个性化广告（包括近一亿台苹果设备）。Criteo 的跨屏解决方案依托广阔的覆盖范围和翔实的购买意向数据，让广告商能够从中受益。Criteo 的解决方案基于一个精确匹配的识别码。它集成了 Criteo 网络中独特的、匿名的、由客户提供的识别码，能够精准地在各个设备上识别用户。通过这种方式，Criteo 能够利用其购买意向算法，以全球 7000 多家发行商为支点，向消费者进行再宣传。

¹埃森哲《中国消费者洞察：通信、媒体与高科技行业篇》2014年6月

Criteo 移动产品部副总裁 Jason Morse 表示：“我们与 6,000 家广告主有直接合作关系，由此获得了大量购买意向数据，可帮助他们将个性化广告直接投放到任何设备上。Criteo 将精确匹配功能与强大的引擎相结合，我们可以说任何任一消费者在午餐时间通过工作笔记本浏览过一件产品后，晚上便可通过自己的手机或平板电脑无缝地买到这件产品。在跨屏的解决方案中，我们同样采用的是优化广告点击后的投资回报率模式。通过这一模式，我们去年为广告客户带来 120 亿美元的销售额。”

弗雷斯特研究公司首席分析师 Brendan Witcher 说：“我们进入了一个渠道多样化，设备多样化的时代。这为消费者自己发现、搜索、购买和了解想要的商品注入了新的动力。如今各行业的市场营销人员和广告主都感受到了压力，他们不仅需要洞察消费者的行为，还需要寻找方式在每一个数字化环节传递有价值的、相关的信息。”

Criteo 的精确匹配功能的开发参照了最新的隐私标准，可让广告主通过设定的解决方案，为消费者提供可自由选择退出，并保障隐私安全的广告。Criteo 一直致力于保障消费者隐私，为消费者提供行业领先的透明度和可控性。Criteo 使用安全的浏览数据，来实施精确的定位。

###

关于 Criteo

Criteo 为广告主提供大规模、一对一的效果类广告。通过衡量点击后的销售转化率，Criteo 让 ROI 更加透明且易于评估。Criteo 在美国、欧洲和亚洲拥有超过 1000 名员工，在 50 多个国家服务于 6000 多家广告主。除了与众多实时竞价平台进行合作外，Criteo 还与全球超过 7,000 家发布商建立起直接合作关系。欲了解更多信息，请访问 www.criteo.com/cn。

媒体联络：

尹静

励尚公关

电话：(010) 8852 6883

邮件：Tracy.yin@Allisonpr.com