

[보도자료]

크리테오 엔진 업데이트 이후 온라인 여행사 예약 실적 20% 증가

- 크리테오, 여행 산업에 특화된 엔진 업데이트 실시
- 여행업체들은 크리테오 엔진을 활용해 예약 가능성 가장 높은 고객에게 집중된 맞춤형 광고 가능
- 최신 업데이트된 크리테오 엔진 도입으로 예약 실적 20% 증가하는 성과 거둬
- 여행 관련 업체들에게 최적화된 광고 배너 제작 가능해져 투자효율성 증대

[2015 년 2 월 4 일] - 디지털 퍼포먼스 광고를 선도하는 크리테오 코리아(대표 고시나, www.criteo.com/kr)는 여행업계 고객사들이 온라인 광고의 투자 대비 효과를 높일 수 있도록 자사의 광고 솔루션에 사용되는 '크리테오 엔진'의 업데이트를 실시했다고 발표했다.

이번 크리테오 엔진의 업데이트는 분석 알고리즘을 한층 더 개선해 실제 여행을 갈 가능성이 가장 높은 사용자에게 맞춤형 광고를 실시간으로 집행할 수 있는 것이 가장 큰 특징으로, 항공사, 호텔, 온라인 여행사 등 광고주들은 진성 고객을 대상으로 해당 고객의 여행 예산 등을 고려한 진정한 1 대 1 맞춤형 광고를 진행하고 온라인 광고의 투자 대비 효과를 극대화할 수 있다.

새롭게 업데이트된 크리테오 엔진은 웹사이트 방문 패턴, 여행지 및 예약 관련 사이트 접속 정보 등 다양한 컴퓨팅 기록들을 분석해 실제 여행에 나설 가능성이 높은 사용자들을 추출하는 알고리즘이 한층 더 개선됐다. 이번 엔진 업데이트는 이미 부킹닷컴, 익스피디아 등 전세계 300 개 이상의 고객사에 적용이 개시됐으며, 엔진 업데이트 이후 해당 고객사들의 온라인 예약 실적이 평균 20% 증가된 것으로 나타났다.

한편, 크리테오는 엔진 업데이트와 함께 여행 관련 고객사들을 위한 새로운 온라인 광고 레이아웃을 개발해 선보였다. 새로운 광고 레이아웃은 모바일 네이티브의 특징을 갖춰 스마트폰 등 모바일 기기에서 접속 시에도 최적화된 노출이 가능하며, 항공사 등 여행업계가 준수해야 하는 다양한 규제를 모두 만족시킨다.

크리테오의 최고제품책임자(CPO) 조나단 울프(Jonathan Wolf)는 "여행지와 상품을 선택하는 과정에서 다양한 기기들을 통해 수많은 검색 및 관련 웹사이트 방문이 이뤄지는 산업의 특성을 감안할 때 여행 시장은 온라인의 중요성이 가장 높은 시장 중 하나"라고 설명하며 "이번 크리테오 엔진의 업데이트는 특별히 여행 산업에 특화되어 개선되었기 때문에 광고주들은 진성 고객의 가능성이 가장 높은 소비자들에게 집중해 온라인 마케팅을 집중할 수 있게 되었다. 이미 도입한 여행업계가 20%의 예약 실적 개선이라는 성과를 거둔 점이 이를 증명한다"라고 밝혔다.

독일의 항공사 투플라이닷컴(TuFly.com)의 마케팅 캠페인 책임자인 그레틸레스 링거는 "크리테오 COS 옵티마이저를 이용한 후 당사 캠페인의 핵심성과지표를 개선할 수 있었으며, 비용과 CPO(Cost per Order)를 각각 10% 및 29%로 줄이고 구매전환률을 11% 높였다"라며 "크리테오가 새로운 옵션을 지속적으로 제공해줌으로써, 투플라이닷컴은 계속해서 디스플레이 광고 분야의 성과를 향상시켜나갈 수 있게 됐다"고 말했다.



크리테오(Criteo)에 대하여

크리테오는 소비자 맞춤형 퍼포먼스 광고 업계를 선도하는 기업으로, 클릭 후 매출을 기반으로 이익을 산출함으로써 투명하고 간편한 ROI 측정 방식을 제공한다. 현재 미국, 유럽, 아시아 지역 등 전 세계 21 개의 사무실에서 약 1,000 여명의 임직원이 약 8,000 여 매체와의 직접적인 제휴를 통해 6,000 여 이상의 광고주에게 서비스를 제공하고 있다. 더 많은 정보는 www.criteo.com/kr 에서 확인 가능하다.

※ 참고자료 문의: 민커뮤니케이션

조정호 부장: 02-3495-7841 / 010-4046-1213 / jhcho@mincomm.com

이은아 사원: 02-3495-7842 / 010-3763-0293 / ealee@mincomm.com