

17兆通りものパーソナライゼーションを提供する

Criteo、広告制作テクノロジー Kinetic Design を発表

～1対1のカスタマーエクスペリエンスにより、売上最大15%増加を実現～

パフォーマンスマーケティングのテクノロジー企業である Criteo S.A.（本社：フランス、NASDAQ: CRTO、以下 Criteo）は、12月7日、新たに特許権を取得した広告制作テクノロジー、Kinetic Design を発表しました。

Kinetic Design とは

マーケティングパフォーマンスを最大化しながら、ブランド戦略に沿った広告をユーザ個別に生成する新しいバナークリエイティブ生成技術です。この技術は Criteo ダイナミックリターゲティング広告に搭載されることで、更なる効果改善を実現しつつ、キャンペーン全体を通して一貫したブランドイメージを保つことができます。

Kinetic Design は 17 兆通りを超える種類のクリエイティブデザインを生成する機能を備えています。これにより、マーケターはバナー広告のメッセージとブランド体験をコントロールできます。Criteo が 440 億インプレッションについて検証した結果、Kinetic Design を導入することで売上が最大で 15%増加しました。

同業他社の多くは、広いセグメンテーションと伝統的な A/B テストに依存していますが、Criteo は、リアルタイムのインサイトを活用し、セッションの中で個々のユーザに対応してそれぞれのインプレッションをパーソナライズ化しています。今回の導入により、現在では 1 万 3,000 社に上る世界中の全 Criteo クライアントが Kinetic Design を活用することができます。

■ Criteo プロダクトマネジメント担当のコメント

Criteo のプロダクトマネジメント担当シニアバイスプレジデントのパトリック・ワイアットは「Kinetic Design によってマーケティング担当の皆様は強力なブランドアイデンティティを実現することが可能となり、その中で当社が評価を受けるもとなつた他に例を見ないパフォーマンスを今後も引き続き実感いただけます」と述べています。

「優れたコンテンツときめ細かいパーソナライゼーションを、ブランディングおよびデザインの新機能と組み合わせることによって、マーケティング担当の皆様は完璧なキャンペーンを遂行できるようになります」とコメントしています。

■ Made.com のマーケティング責任者のコメント

Made.com のマーケティング責任者カーラ・グロコは「Criteo のクリエイティブテクノロジーである Kinetic Design は、当社のブランド戦略に沿ったキャンペーンメッセージを作成する中で、それぞれの消費者に対応した個別の広告表現をいかなる場面でもパーソナライズ化し、あらゆるデバイスを通して当社ブランドの効果的なエクスペリエンスを生み出してくれます」とコメントしています。

<Kinetic Design の 3 つのコアとなる構成要素について>

- **コンポーザー(Composer):** Criteo のクリエイティブ・サービス・チームは、この強力なテクノロジーを活用し、各クライアントのブランドガイドラインに基づいたクライアントごとのデジタル・デザイン・フレームワークを構築することができます。この効果的なデザインフレームワークは、一貫したブランド表現を確保しながら 12 億を超える Criteo の月間アクティブユーザ数に対応したパーソナライゼーションが可能な規模を有しています。
- **リアルタイムでのクリエイティブ最適化(Real-Time Creative Optimization):**
Kinetic Design は、消費者行動の情報に基づいてそれぞれのビジュアルデザインを作成するようにしています。コンポーザーで構築されたデザインフレームワークから最もふさわしいブランドのデザイン要素を選択し、真の 1 対 1 カスタマーエクスペリエンスを可能にすることによって、リアルタイムでの消費者のインサイトと状況認識をベースにそれぞれの広告を最適化します。
- **レンダラー(Renderer):** サイズとレイアウトに関する制約が取り除かれるため、レンダラーによって、最適なレイアウトを動的に生成し、いかなる広告サイズでも世界中のパブリッシャーの広告在庫に適合させることができます。これにより、マーケティング担当者はデザイン業務を遅延させることなく、Criteo の広大なパブリッシャーネットワークを通して瞬時にユーザに対応するという比類なき機能を手に入れることができます。

Kinetic Design はパフォーマンスとデザインの間でのマーケティングギャップを埋めるものです。一貫したブランドイメージを維持しながら、高度にパーソナライズされた効果的な広告を制作する機能を活用することにより、マーケティング担当者は、クリックスルー率や売上と利益目標への効果を実感することになります。

詳細は <http://www.criteo.com/products/kinetic-design/> をご覧ください。

※本資料は、米国 Criteo より 12 月 7 日に発表されたプレスリリースの抄訳です。

###

■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo (NASDAQ: CRTO) は一人ひとりの興味、関心に合わせたメッセージを、オンライン広告を通じて届けるマーケティングソリューションを提供しています。広告をクリックすることで発生した売上を明確にすることで、ROI (投資利益率) の透明性を確保し、投資判断を容易にしています。Criteo は南北アメリカ、ヨーロッパ、アジア太平洋に 30 カ所のオフィスを展開し、2,200 名の従業員を擁して世界各国 17,500 のパブリッシャーと直接取引関係を結び、13,000 の広告主の広告を生成・配信しています。

※詳細は <http://www.criteo.com> をご覧ください。

※CRITEO 株式会社はその日本法人です。詳細は <http://www.criteo.com/jp/> をご覧ください。