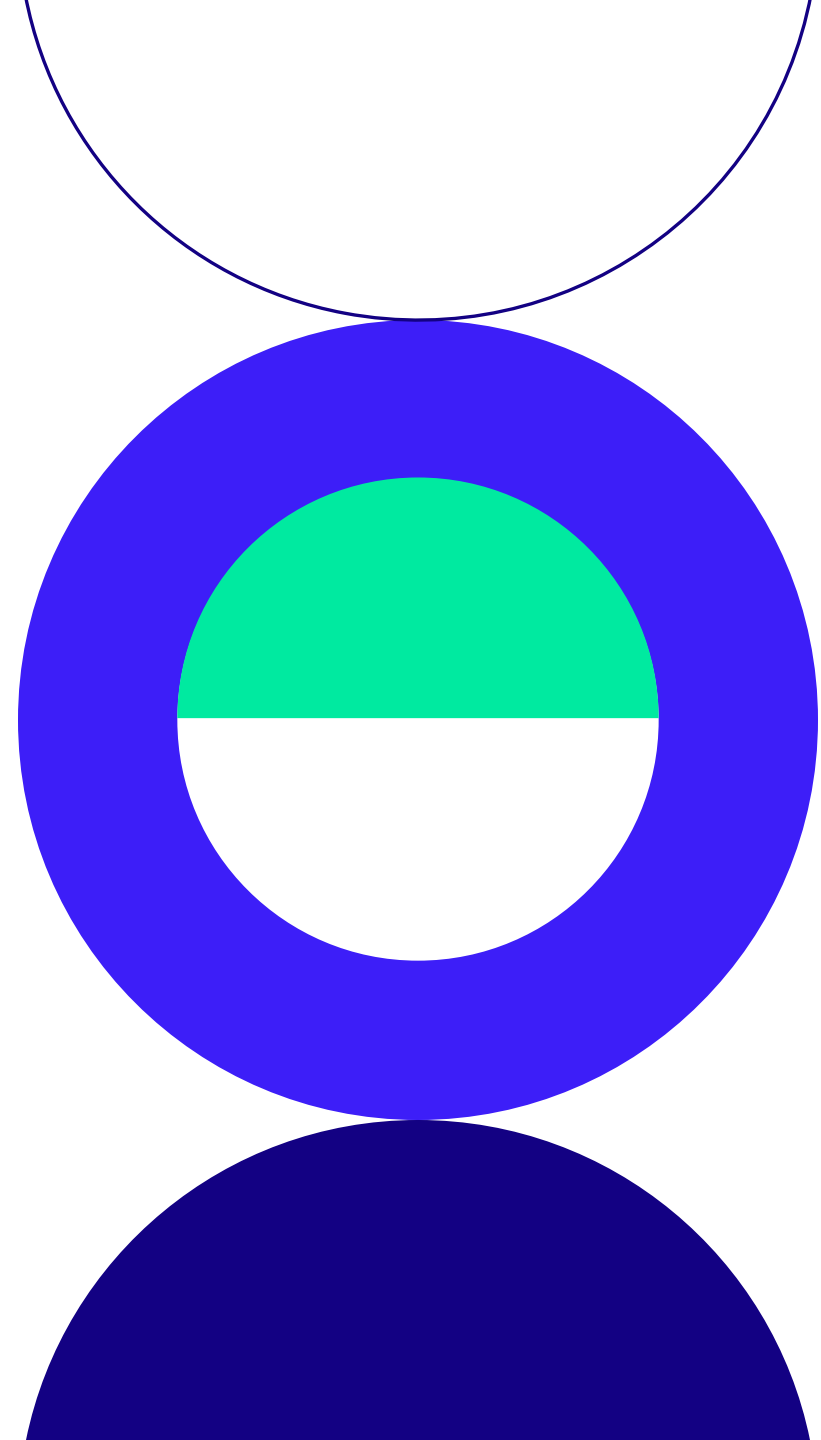


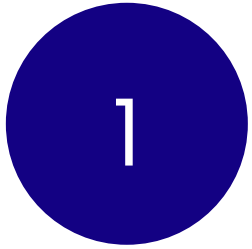
CRITEO

크리테오 전환 부스트 패키지

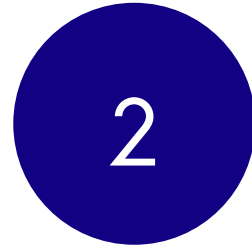
전환 극대화를 위한 최적의 패키지 전략



Agenda



전환 부스트 패키지
소개

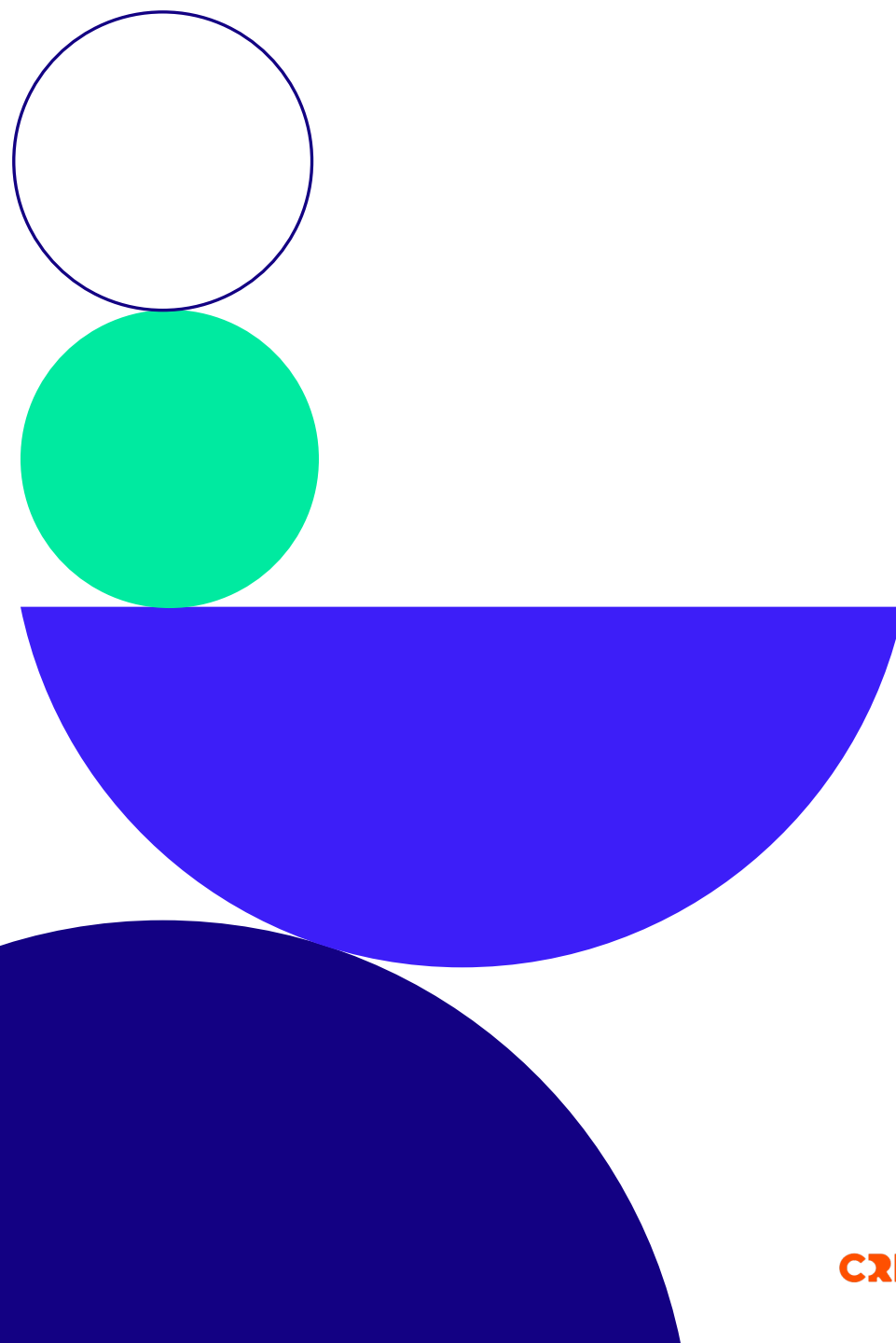


전환 부스트를 위한
Golden Setup



전환 부스트 패키지
업종별 사례

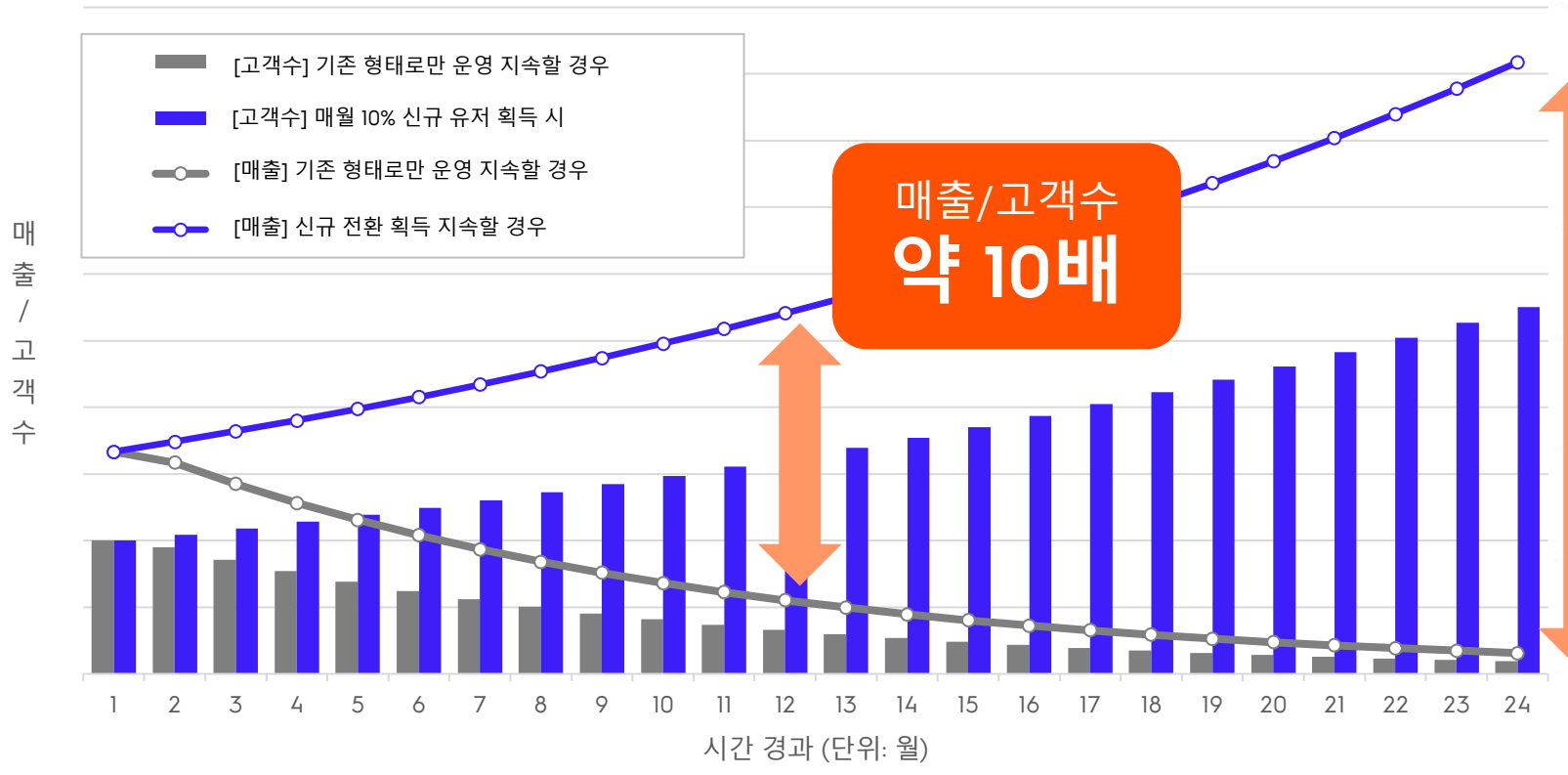
전환 부스트 패키지 소개



Retargeting Only로는 성과 한계에 도달

지속적인 매출 확장을 위해서는 **전환 가능성 높은 신규 고객층**을 지속적으로 확보하는 것이 매우 중요합니다.

[캠페인 구조 별 시간 경과에 따른 성장추이 비교]



매출/고객수
약 30배

매출/고객수
약 10배

■ 케이스
기존 사용자: 월 5% 이탈
신규 사용자 누적 증가: 월 10% 증가
고객 단가: 100,000원

전환 부스트 패키지: 전환 극대화를 위한 최적의 전략

Retargeting과 Prospecting 캠페인을 동시에 운영하면, 전환 가능성 높은 유저가 지속적으로 확대되는 선순환 마케팅 구조가 만들어져 단기적인 전환 성과 뿐만 아니라 장기적인 성장에도 기여합니다.

▶ Prospecting 오디언스란? Acquisition(신규고객확보) 솔루션 중 하나로 크리테오 AI 기반 첫 전환(구매) 가능성이 높은 신규 잠재 고객

신규 계정 활용 Tip
크리테오 집행 이력이 없는 신규 계정일수록, Prospecting 오디언스를 통해 AI가 고가치 고객을 빠르게 학습해 Upper&Lower funnel 전환 단시간 내 확대하는 전략 필수!

머신러닝 성과 고도화

축적된 고객 데이터의 증가로 정교한 머신러닝 기반 유저 행동 예측의 정확도가 향상



신규 잠재유저 확보 (Prospecting)

기존 고객 구매 행동 분석 기반 효과적인 고가치 잠재 유저 타겟팅으로 신규 유저 도달 확대



퍼널 이동 및 유저 활성화

확보된 잠재 유저를 하위 마케팅 퍼널로 이동시켜 이탈을 방지하고 활성 유저로 전환

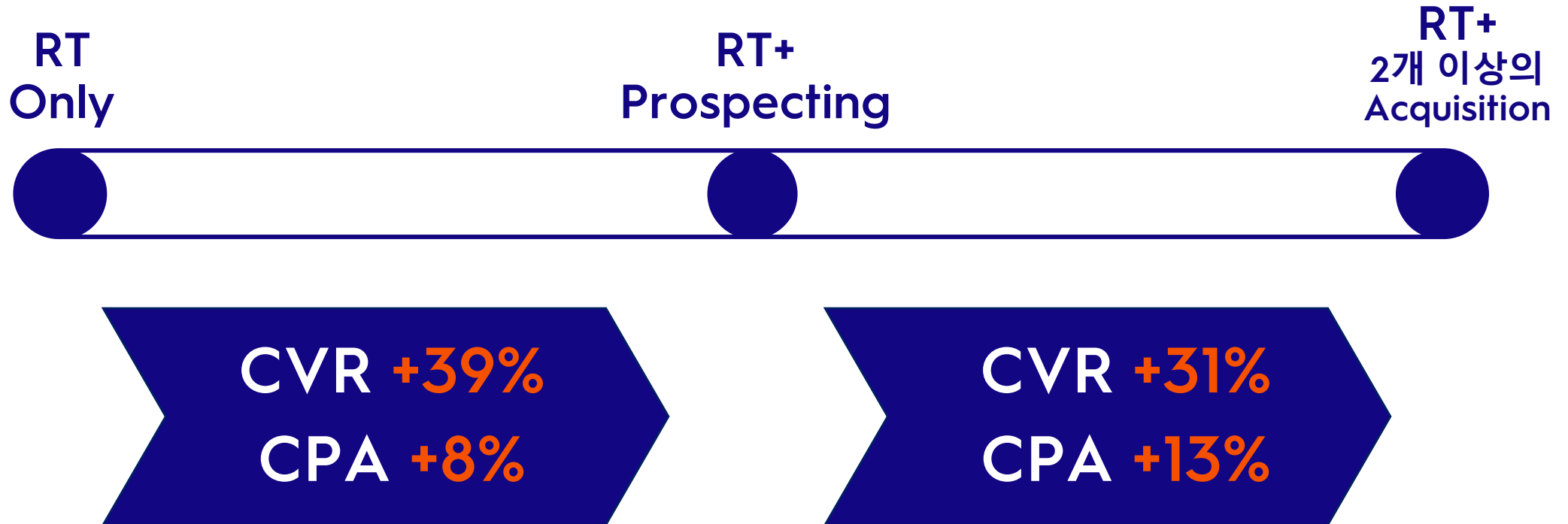


전환 극대화 및 유저 리텐션

구매 가능성 높은 활성 유저를 리텐션하면서 성과를 극대화 하고 충성 고객으로 전환

Acquisition 더 할수록 높아지는 Uplifts

Retargeting만 집행하던 상태에서 Prospecting을 추가하면 전환 성과가 효과적으로 증가하며, 이 외, CV Lookalike 등 Acquisition 솔루션 추가 시 Full Funnel 캠페인 운영 통해 성과를 극대화하실 수 있습니다.



크리테오로 획득한 신규 유저의 높은 LTV

크리테오 Prospecting 오디언스를 통해 획득된 신규 유저는 **오가닉 유저 대비 높은 LTV**를 보이며 구매 금액, 재구매 빈도, 활성 기간 등이 모두 크게 증가했습니다.

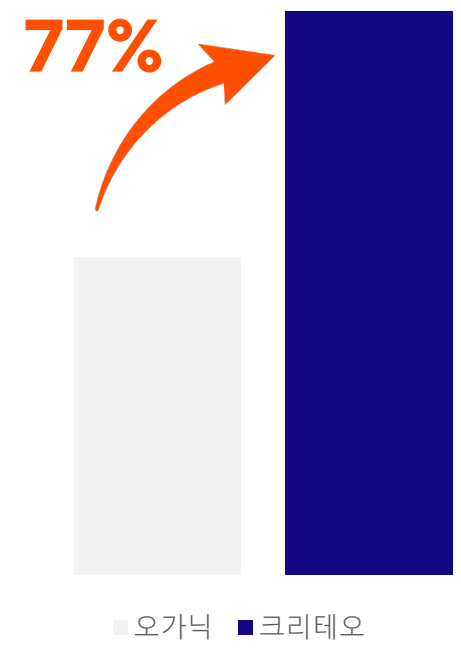
주요 지표	크리테오	오가닉
평균 구매 수	2.00번	1.43번
평균 구매 금액	60,118	52,276
재구매자 비율	35.8%	14.7%
고객 관계 기간	32.49일	22.03일

15% 평균 구매 금액 증가 ↑
오가닉 유저 대비 더 높은 금액을 지출

21% 재구매율 상승 ↑
첫 구매 이후 재구매로 이어지는 비중

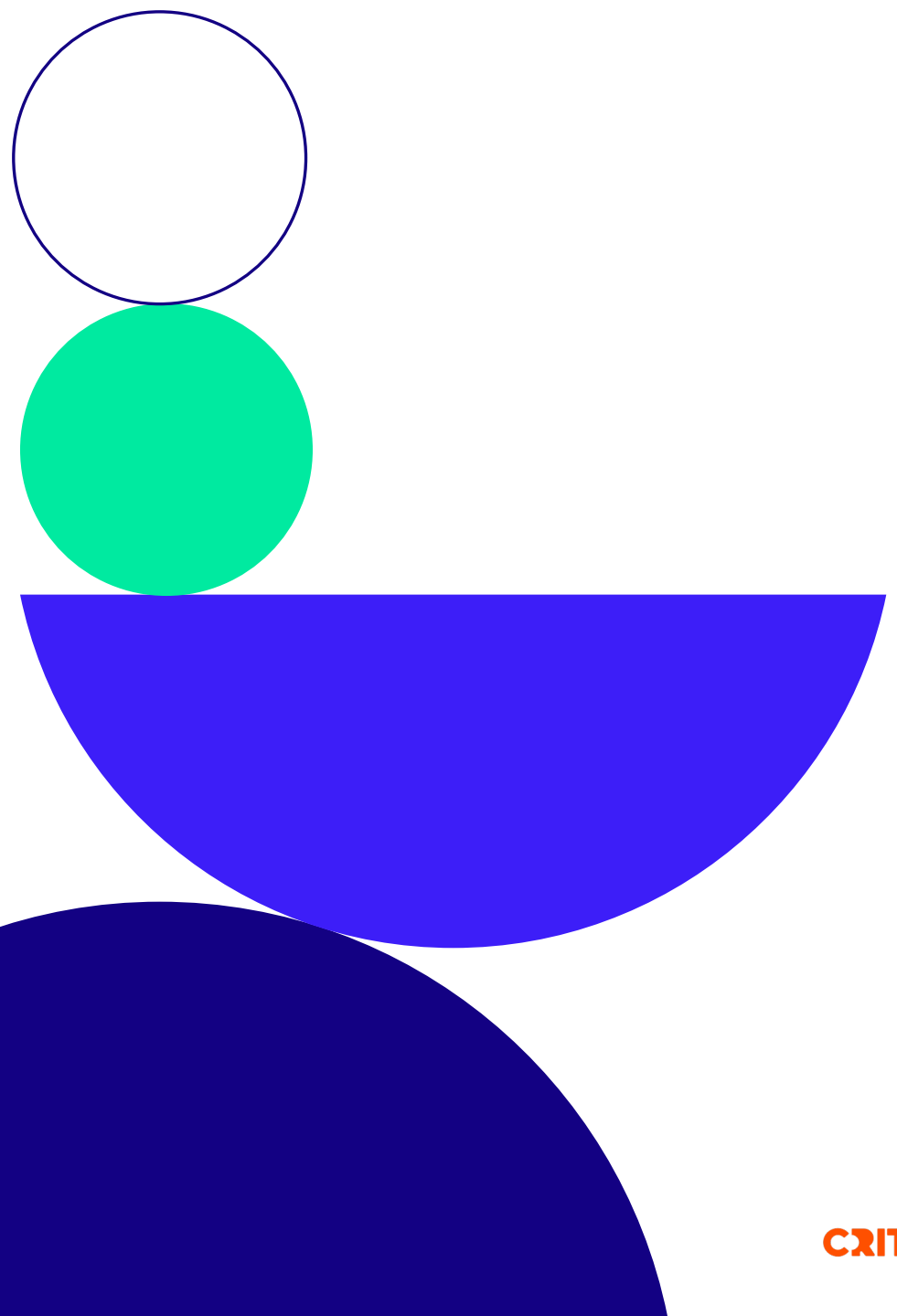
50% 고객 유지 기간 연장 ↑
구매 활성 유저로 남아있는 기간이 더 김

LTV : Organic vs. Criteo



전환 부스트를 위한 Golden Setup

권장 활용 가이드



이런 브랜드에게 권장합니다

1

월 UV 모수 5~10만 이하로 Retargeting만 운영하기에 모수가 부족한 경우

2

Upper - Lower 퍼널 전반에서 전환 극대화를 목표로 하는 경우

3

자사 고객과 유사한 쇼핑 패턴을 보이며, 전환 가능성 높은 잠재 고객 확보를 목표로 하는 경우

4

단기 전환 성과에만 그치지 않고 지속적인 유저 관계 형성과 증장기적 고객 가치를 함께 높이고 싶은 경우

전환 부스트 패키지 권장 설정

	Retargeting	Prospecting
오디언스 Golden Setup	0~400일 모든 방문자	Prospecting + 0~400일 미구매자*
최적화 엔진	전환 최적화 (CO or BCO**)	
배너	다이나믹	쇼케이스 or 다이나믹
캠페인 지출한도 갱신	매월	
예산 비중	70%	30%

*두 캠페인 모두 0~400일 미구매자를 포함하나 각 캠페인별 타겟 우선 순위가 상이하여 중복율이 높지 않고 오히려 시너지를 발생시켜 캠페인 전반의 성과를 향상시킵니다.

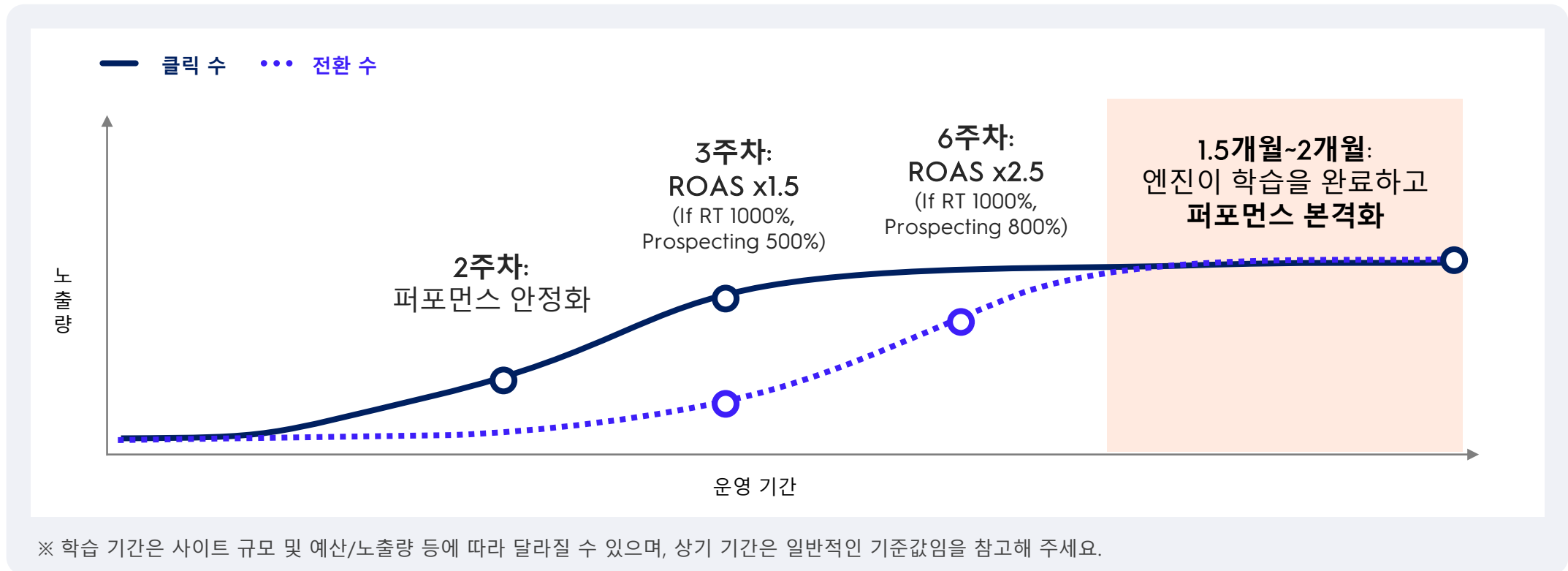
**BCO 엔진은 광고세트 최소 일 예산 8만원 이상일 경우 적용 권장합니다.

캠페인 장기운영 통한 성과 최적화

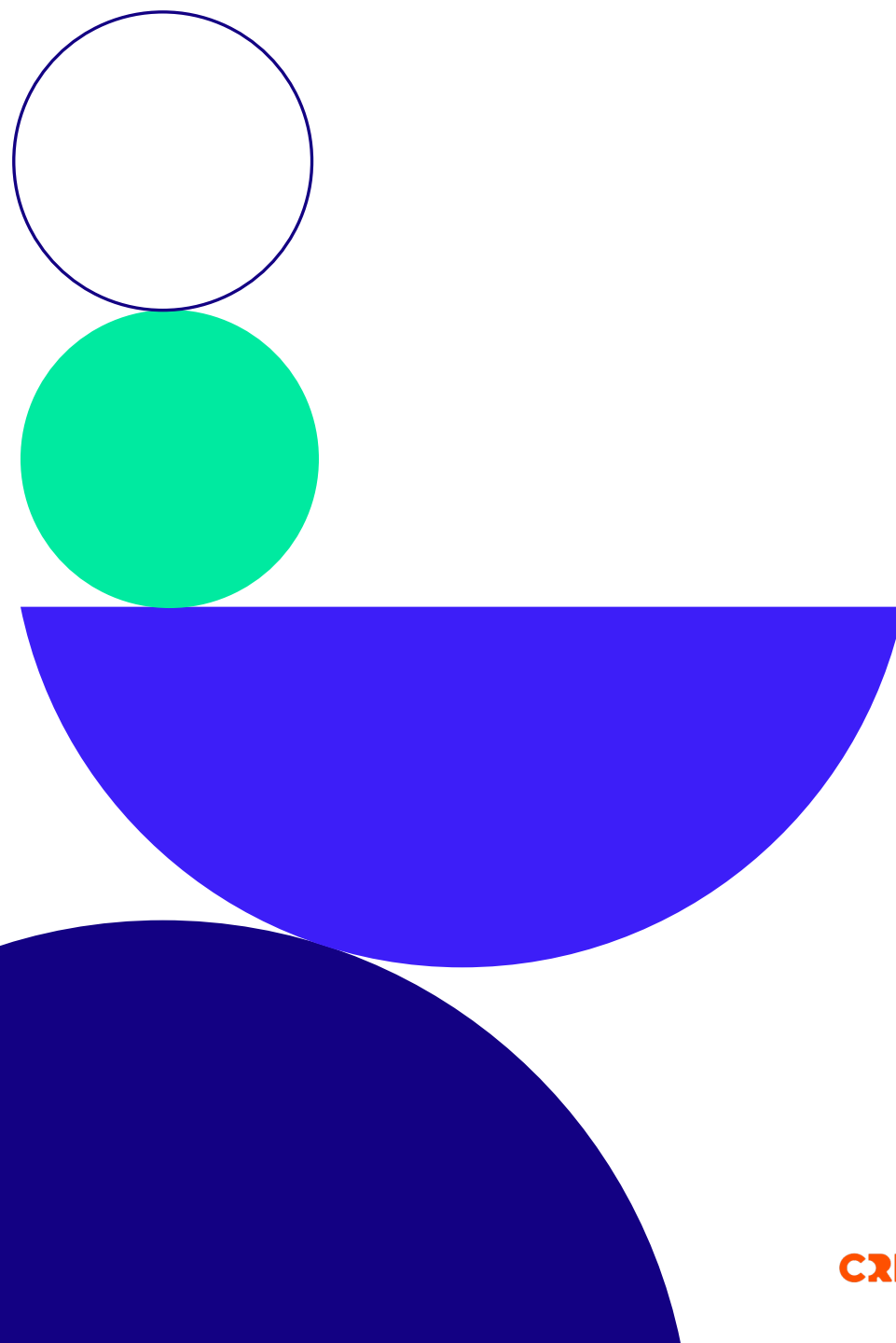
Prospecting 추가 라이브 후 지속 운영할수록 엔진이 충분한 데이터 학습하며 퍼포먼스 또한 지속적으로 최적화됩니다.

퍼포먼스 안정화를 위한 엔진 학습 기간은 약 1개월이며, 최소 3개월 이상 캠페인 유지 및 검증하는 것을 권장합니다.

[퍼포먼스 추이 그래프]



전환 부스트 패키지 업종별 사례



패션몰 전환 부스트 패키지 성과

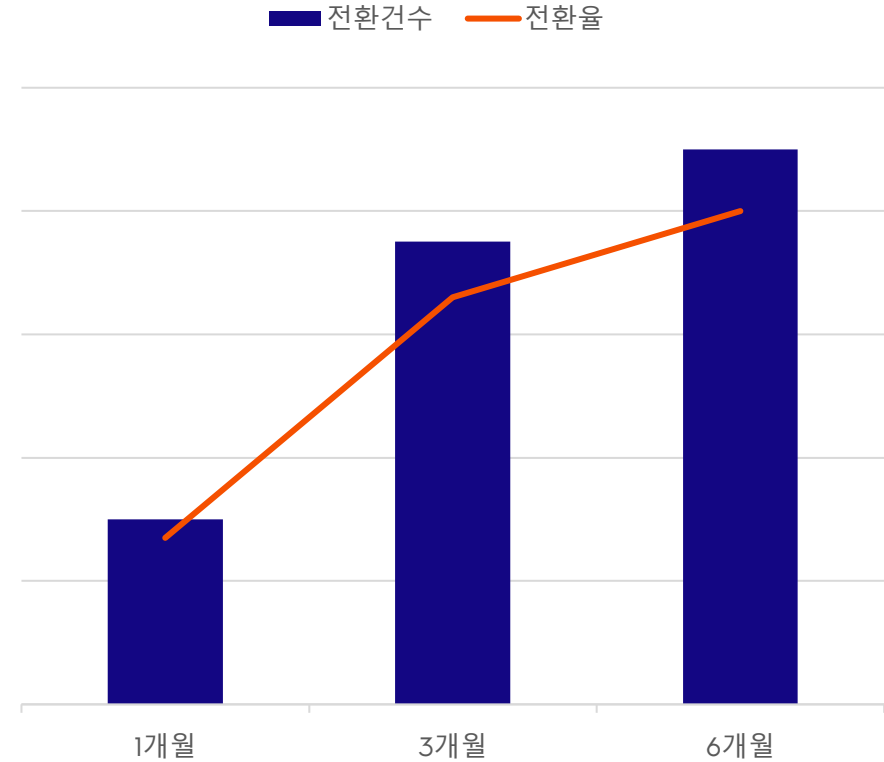
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	99,271	216,870
CTR	0.82%	1.63%
CVR	0.88%	0.93%
ROAS	1,256%	1,964%
CPA	8,787	4,957

라이브 후, CPA 개선

43.59%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 **2.4배**, 6개월 시 **3배**

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

력셔리 전환 부스트 패키지 성과

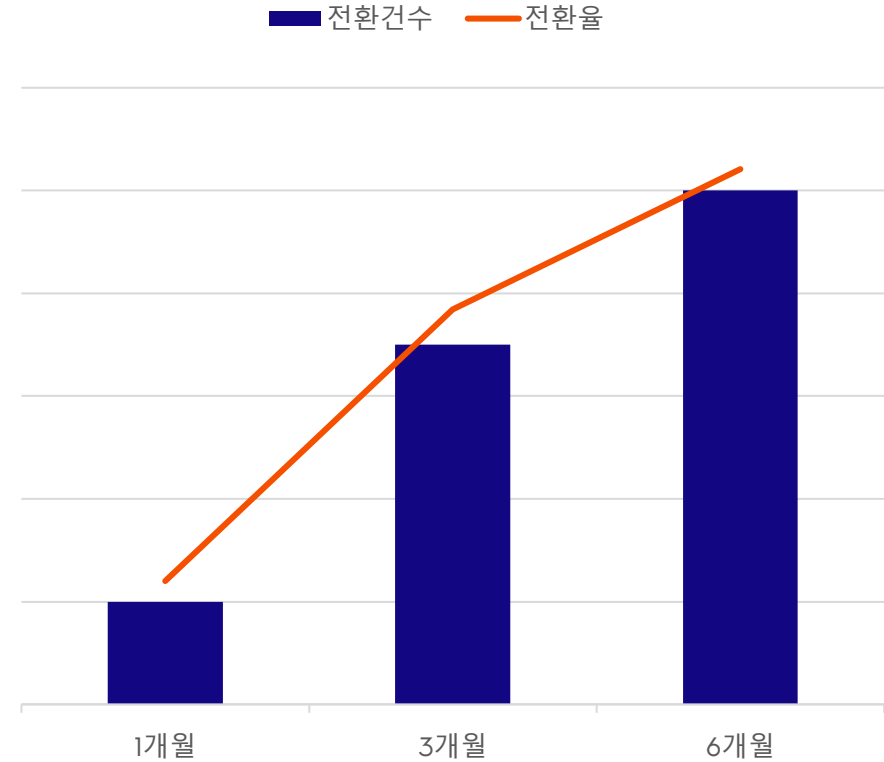
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	109,064	369,360
CTR	0.93%	0.72%
CVR	0.62%	0.56%
ROAS	805%	1,190%
CPA	10,664	7,142

라이브 후, CPA 개선

33.03%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 3.6배, 6개월 시 5.1배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

코스메틱 전환 부스트 패키지 성과

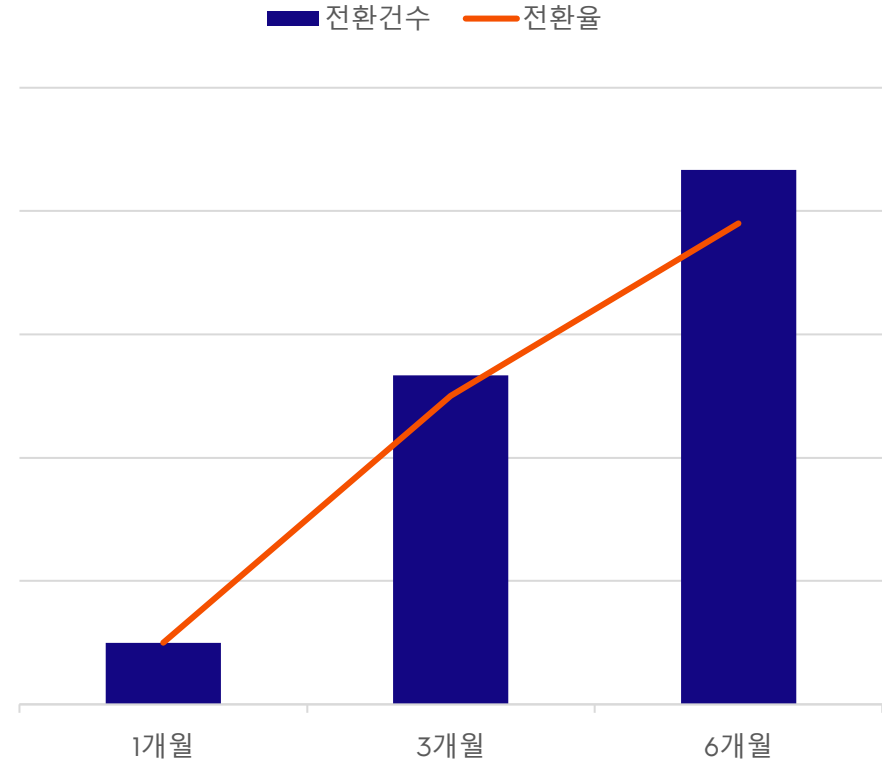
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	494,745	508,256
CTR	0.57%	0.53%
CVR	2.49%	2.75%
ROAS	707%	768%
CPA	10,338	6,724

라이브 후, CPA 개선

34.96%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 **10.1배**, 6개월 시 **16.4배**

건강기능식품 전환 부스트 패키지 성과

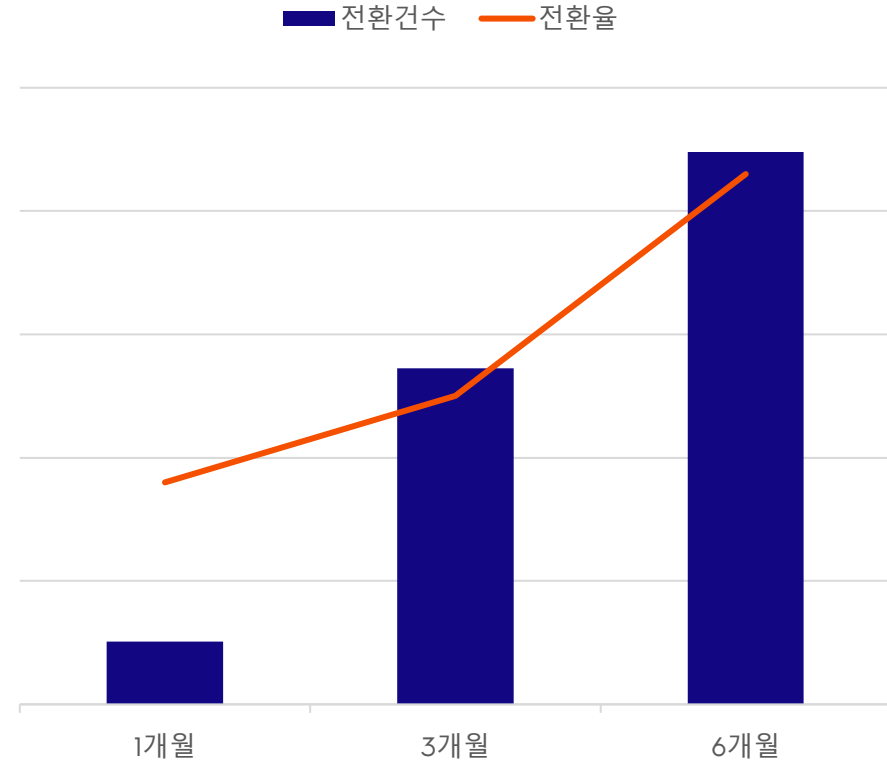
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	25,426	64,802
CTR	0.52%	0.84%
CVR	1.51%	1.20%
ROAS	287%	382%
CPA	16,180	10,058

라이브 후, CPA 개선

37.84%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 1.7배, 6개월 시 2.4배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

가구/인테리어 전환 부스트 패키지 성과

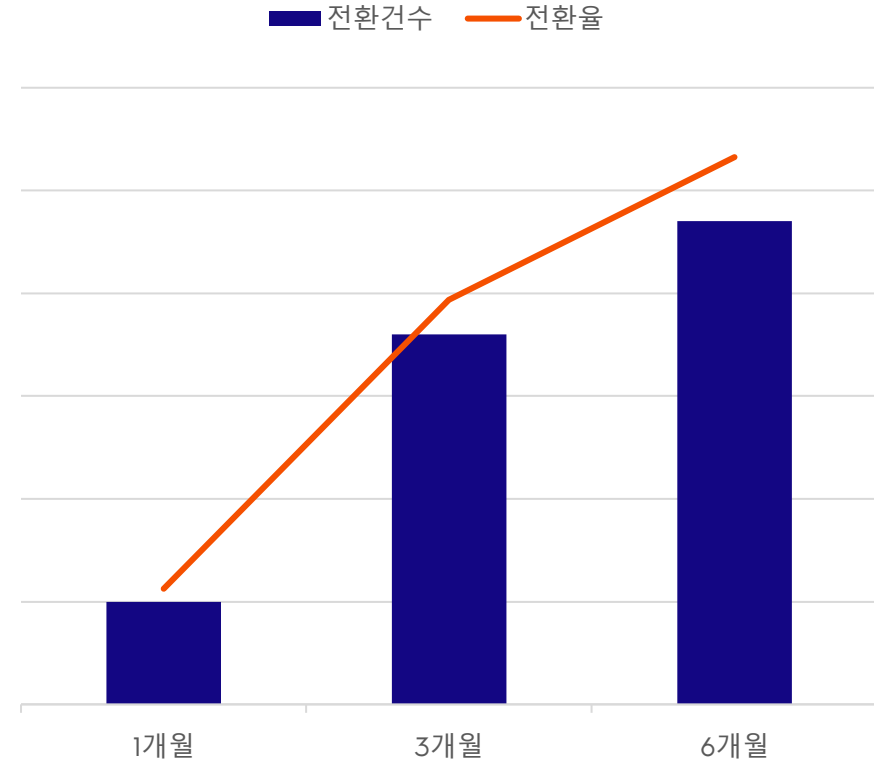
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	230,932	291,119
CTR	1.09%	1.07%
CVR	0.77%	1.19%
ROAS	2,132%	2,874%
CPA	11,231	8,521

라이브 후, CPA 개선

24.13%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 3.3배, 6개월 시 4.6배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

가전 전환 부스트 패키지 성과

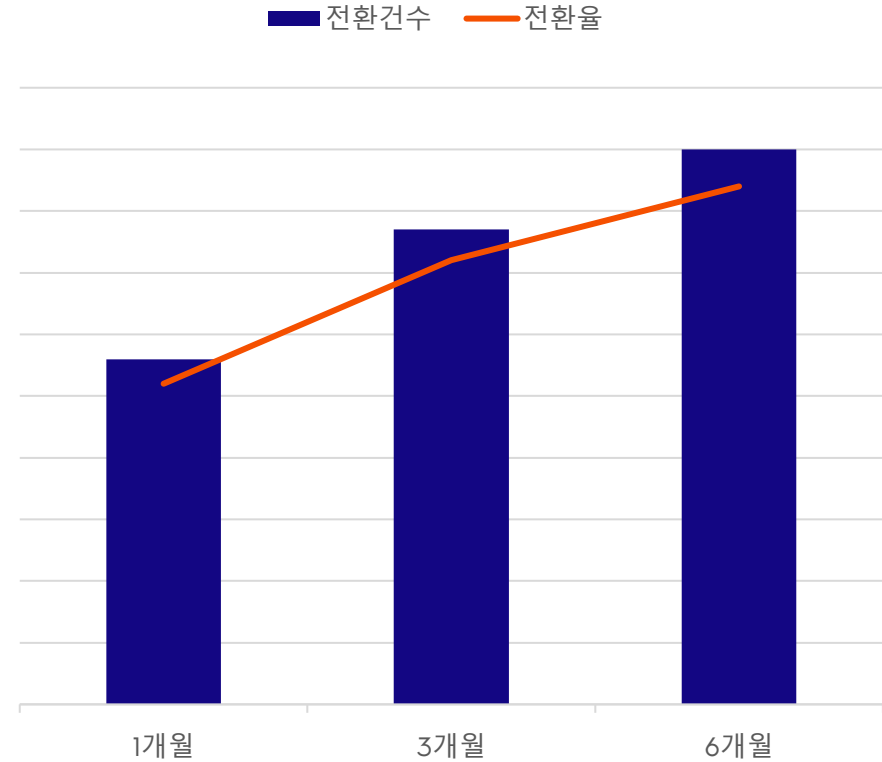
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	107,401	374,915
CTR	1.58%	1.04%
CVR	0.06%	0.15%
ROAS	386%	2,506%
CPA	22,955	17,792

라이브 후, CPA 개선

2263%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 1.4배, 6개월 시 1.5배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

중고차 전환 부스트 패키지 성과

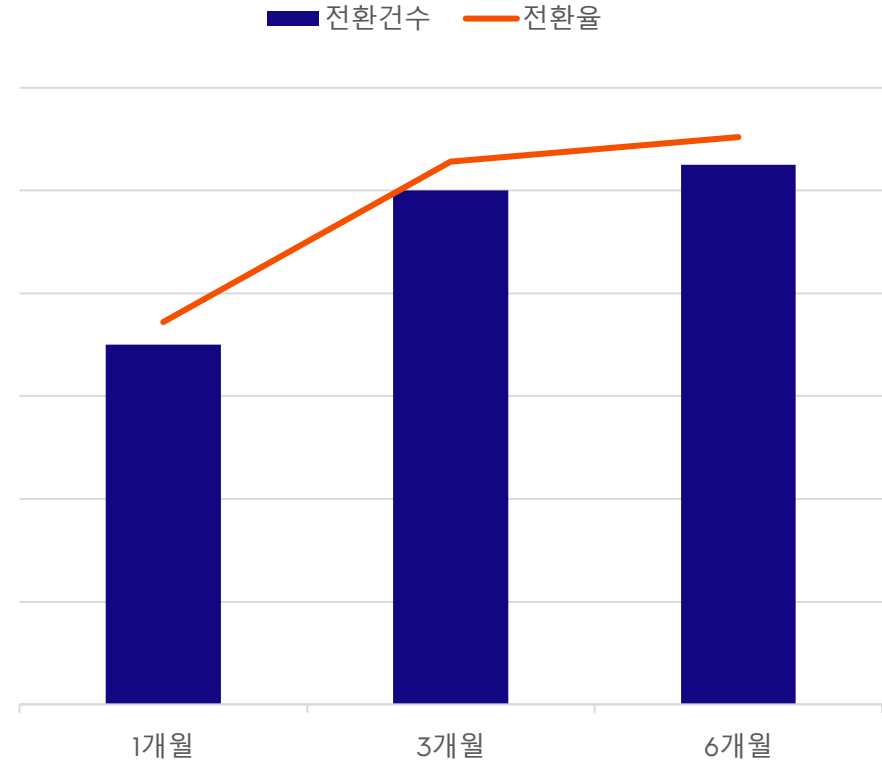
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	21,566	27,756
CTR	5.47%	5.67%
CVR	0.98%	1.96%
CPA	159,810	81,354

라이브 후, CPA 개선

49.09%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 **1.4배**, 6개월 시 **1.5배**

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

금융 전환 부스트 패키지 성과

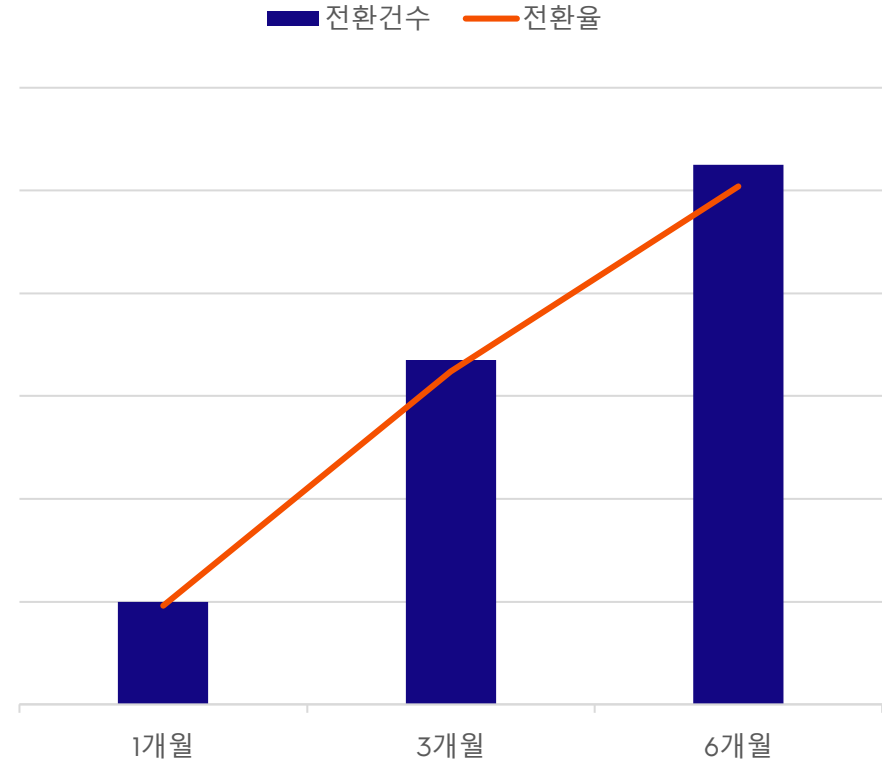
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	484,440	949,261
CTR	0.30%	0.40%
CVR	1.05%	1.94%
CPA	23,510	15,024

라이브 후, CPA 개선

36.10%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 3.5배, 6개월 시 5.2배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

B2B 전환 부스트 패키지 성과

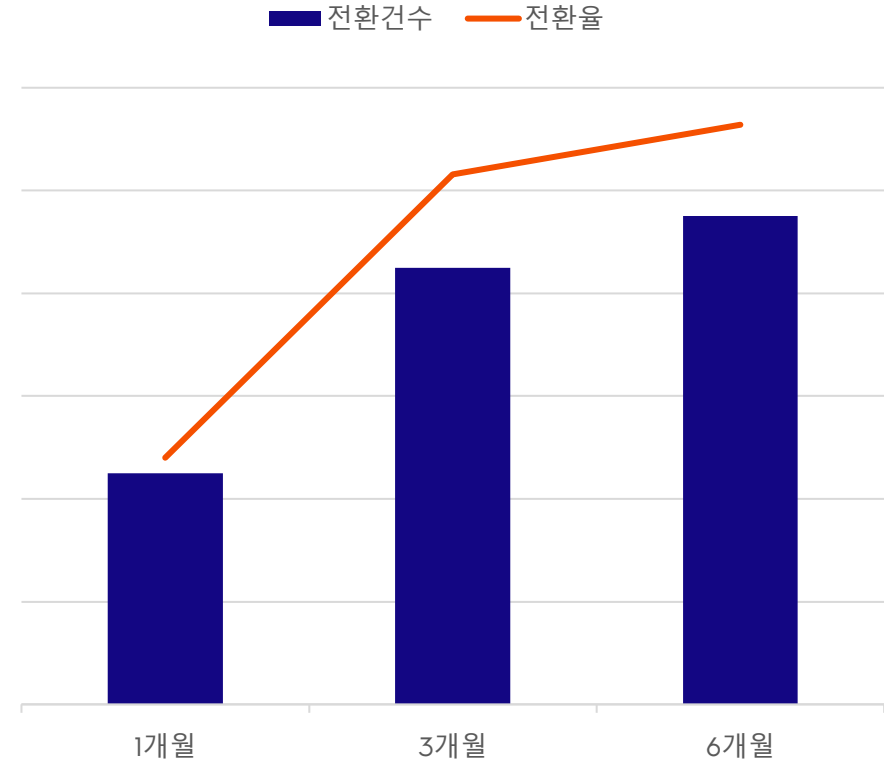
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	118,778	231,396
CTR	0.74%	0.90%
CVR	0.31%	0.39%
ROAS	492%	600%
CPA	21,519	12,630

라이브 후, CPA 개선

41.31%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 1.8배, 6개월 시 2배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

모바일 통신 전환 부스트 패키지 성과

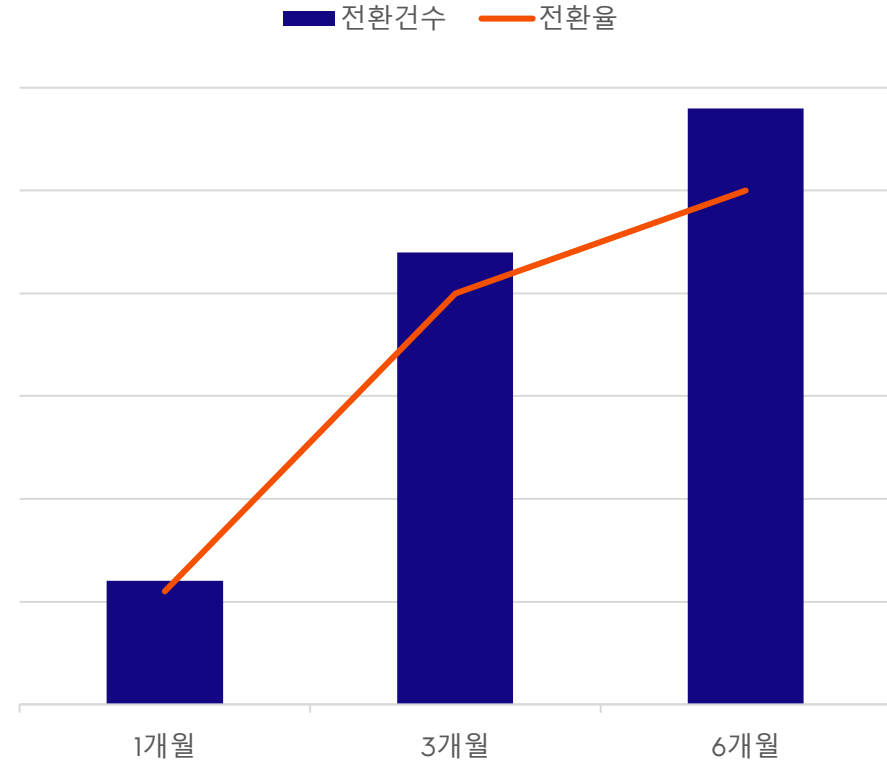
[전환 부스트 패키지 운영 전후 RT 캠페인 효율 비교¹⁾]

	집행 전	집행 후
일 평균 오디언스	39,165	54,936
CTR	0.26%	0.34%
CVR	5.75%	7.57%
ROAS	313%	331%
CPA	5,500	4,464

라이브 후, CPA 개선

18.84%

[전환 부스트 패키지 성과²⁾]



라이브 1개월 대비 전환 수 상승

3개월 경과 시 3.2배, 6개월 시 4.2배

Source : 1) 광고주 라이브 전후 30일 비교 2) 광고주 라이브 후 6개월 집행 데이터

Best Case

교육

CLASS101

신규 유저 전환과 높은 생애가치 유저 확보 목표 달성

Challenge

CLASS101은 ‘모두가 사랑하는 일을 하며 살 수 있도록’이라는 비전을 가지고 크리에이터와 클래스 메이트를 연결해주는 No.1 온라인 클래스 플랫폼으로, CLASS101이 계속 성장함에 따라 더 많은 사용자와 플랫폼의 관련 과정 및 크리에이터를 연결하는 데 도움이 되는 광고 기술 솔루션을 활용하고자 하였다.

이를 위해 CLASS101은 Criteo와 제휴하여 브랜드 인지도를 확보하고 잠재 사용자에게 CLASS101의 비전과 서비스 가치를 알리기 위한 온라인 마케팅 캠페인을 시작했다.

Solution

크리테오의 Prospecting 캠페인 집행 결과, 전과 비교할 때 전체 구매 볼륨과 효율을 개선시켰고, 추가 캠페인 집행을 통해 타 매체 대비 낮은 유입 단가로 신규 구매 볼륨 또한 확보할 수 있었다. 특히, 함께 운영 중인 로우 퍼널 캠페인의 오디언스 70% 이상 향상되어 Retargeting 유저로부터 유의미한 전환이 발생하였다.

[자세한 내용 확인하기](#)

485

35일간 신규 유저의 전환수

약1억원

35일간 신규 유저의 매출금액

130만원

유저의 Lifetime Value



CRITEO

Best Case

패션

LFmall

LF몰, 신규 고객 획득 캠페인으로 신규 매출 8% 향상

Challenge

1953년 설립 이후 꾸준한 혁신을 통해 국내 패션산업의 선진화를 주도하고 있으며, 글로벌 패션 브랜드하우스로 입지를 넓혀 나가고 있는 국내 대표 패션 기업인 LF몰은 국내 이커머스 이용자 규모의 성장이 임계점에 도달하는 가운데 고객의 관심과 니즈에 부합하는 가치있는 상품 정보로 자사 제품을 구매할 가능성이 높은 고객과 신규 우량고객 유입과 온라인 매출 성장을 도울 수 있는 파트너를 찾게 되었다.

Solution

LF몰은 크리테오의 Prosepecting 캠페인 추가 운영을 통해 브랜드 노출을 확대하고 동종업계 대비 온라인 매출을 크게 성장시킬 수 있었으며, 크리테오 리타게팅 캠페인을 통해 기존 고객을 타겟팅 하는 한편, 신규고객획득 캠페인을 추가적으로 적용하여 구매 가능성이 높은 신규 고객을 확보할 수 있었다.

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 식별할 수 있게 되었다.

[자세한 내용 확인하기](#)

5.8x

더 많은 고객에게 도달

8%

신규 매출액 증가

8,000

하루 평균 신규 유입



CRITEO

Thank you!

2025.04

