

criteo.

myToys

myToysがCriteoのリテール  
メディアソリューションを  
使って、新たな広告機会を  
生み出した方法



## myToysは、自社のブランドパートナーとサプライヤーが所有するプラットフォーム上のトラフィックや顧客ベースを活用して、価値の高いマーケティング機会を次々と生み出しています。

ドイツでおもちゃの小売を手掛ける「myToys」は、これまで長年にわたって強固な顧客基盤を築いてきました。その同社が今、単なるオンライン小売業者の域を超えて、子どもやファミリー向けの商品・サービスを提供するプラットフォームへと進化を遂げています。家族向けの休暇プラン予約サービス「myToys Familienreisen」も、そうしたサービスの1つです。若い世代の家族を対象とするマーケットを牽引するプラットフォームとしてさらに成長を遂げるため、myToysはブランドメーカーやパートナーと連携してマーケティング機会の拡大を図ることにしました。myToysのパートナープログラムとそこから生み出されるマーケティング機会を、ビジネス戦略の柱にしようと考えたのです。

そこで、同社はブランドメーカーの可視性の向上やコンバージョンの最大化に向けていくつかのソリューションを採用、そのうちの1つがCriteoの画期的なスポンサードプロダクトでした。

実装が容易で、すぐに利用開始できるCriteoのソリューションは、myToysのプラットフォームで広告活動を行うブランドメーカーに多くのメリットをもたらしました。

-  myToysのウェブサイトを開覧中の関連性が高いターゲット層のユーザーに直接リーチ
-  他の広告枠と比較してクリックスルー率を最大4倍に
-  キャンペーンの効果(SKUレベルで)ダイレクトかつシームレスに追跡

Criteoスポンサードプロダクトは、ブランドメーカーとmyToysの双方の可視性とROAS（費用対売上）の最適化を促し、売上増加に貢献しました。

「小売業者とブランドの協業に際して、マーケティング予算の有効活用やROASの最大化、キャンペーン効果検証の透明性がかつてないほど重要になっています。Criteoが当社のブランドパートナーとともに最良の成果を生み出してくれるおかげで、当社のリテールメディアの活動範囲は今も拡大を続けています」

**ベッティーナ・アルフ (Bettina Arff) 氏**  
myToys、ブランド&メディアソリューション担当責任者

