

# LiveRamp Safe Haven - Data Collaboration for Retailer

d3con, 24. November, 2021



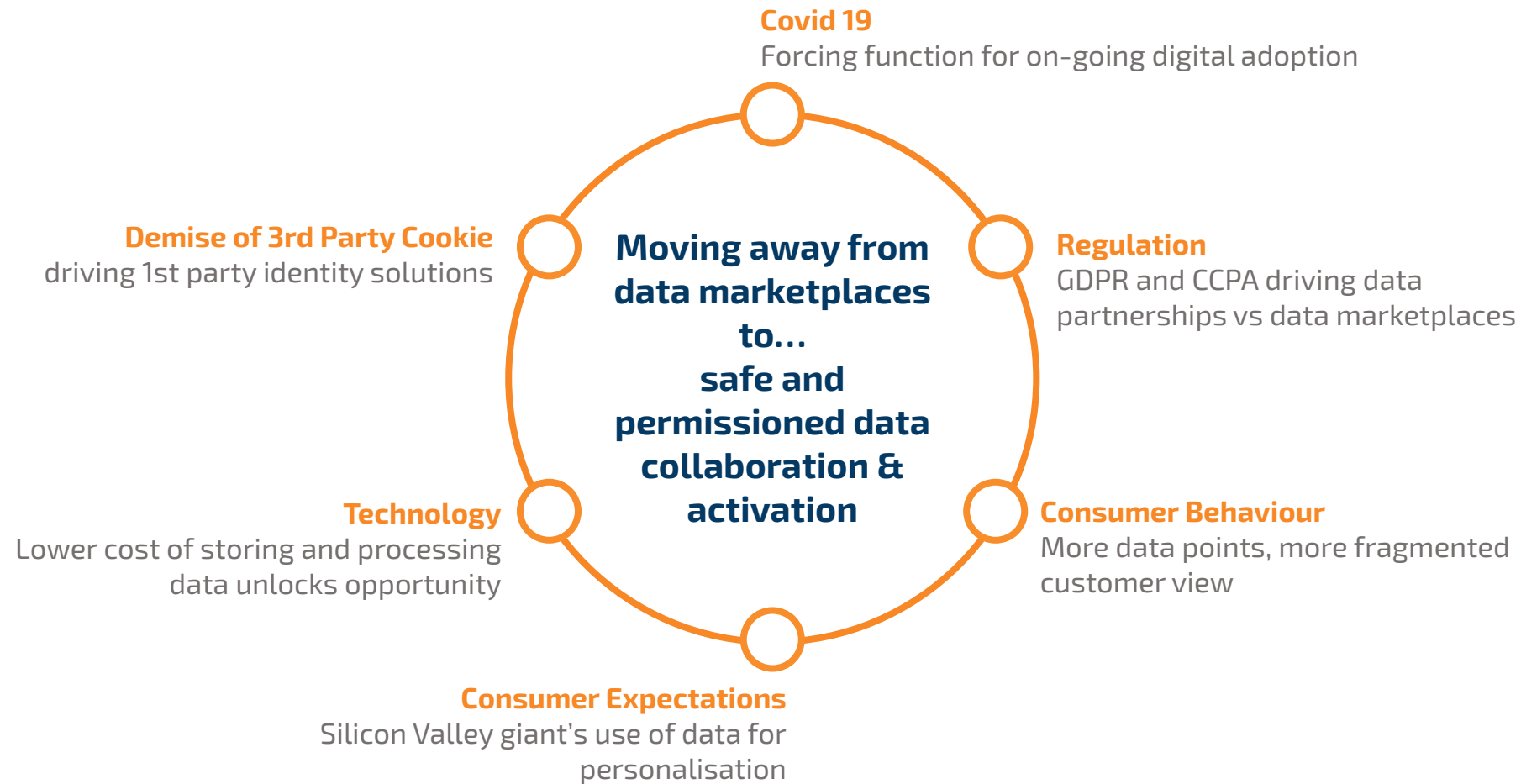


We break down silos and make it safe and easy for our customers to unlock value from their data.

Our suite of enterprise software solutions enables data to be safely and securely connected for analysis, activation, and measurement.



# A Changing Ecosystem



# Key Challenges for Advertisers

## Data Access

How can I consolidate my different data assets together when they come from different channels and platforms?

How can I ensure this is compliant with regulation?

## Collaboration

How can I improve my customer insights and power new use cases by accessing a Data Partner network?

## Activation

How do I leverage the data at my disposal to perform high ROAS campaigns?

## Insights

How can I improve my understanding of my customers and their lifetime value?

How can I monitor and measure the performance of my campaigns?

## 1st Party Identity

How can I prepare for the upcoming deprecation of the 3rd party cookie?

# Connecting Data to Build the Ecosystem of the Future

← Data Connectivity & Addressability Across the Ecosystem →



## Connect Data

Media Exposure, CRM, 1P Data,  
2P / Partner Data, 3P Data,  
LiveRamp Safe Haven



## Activate

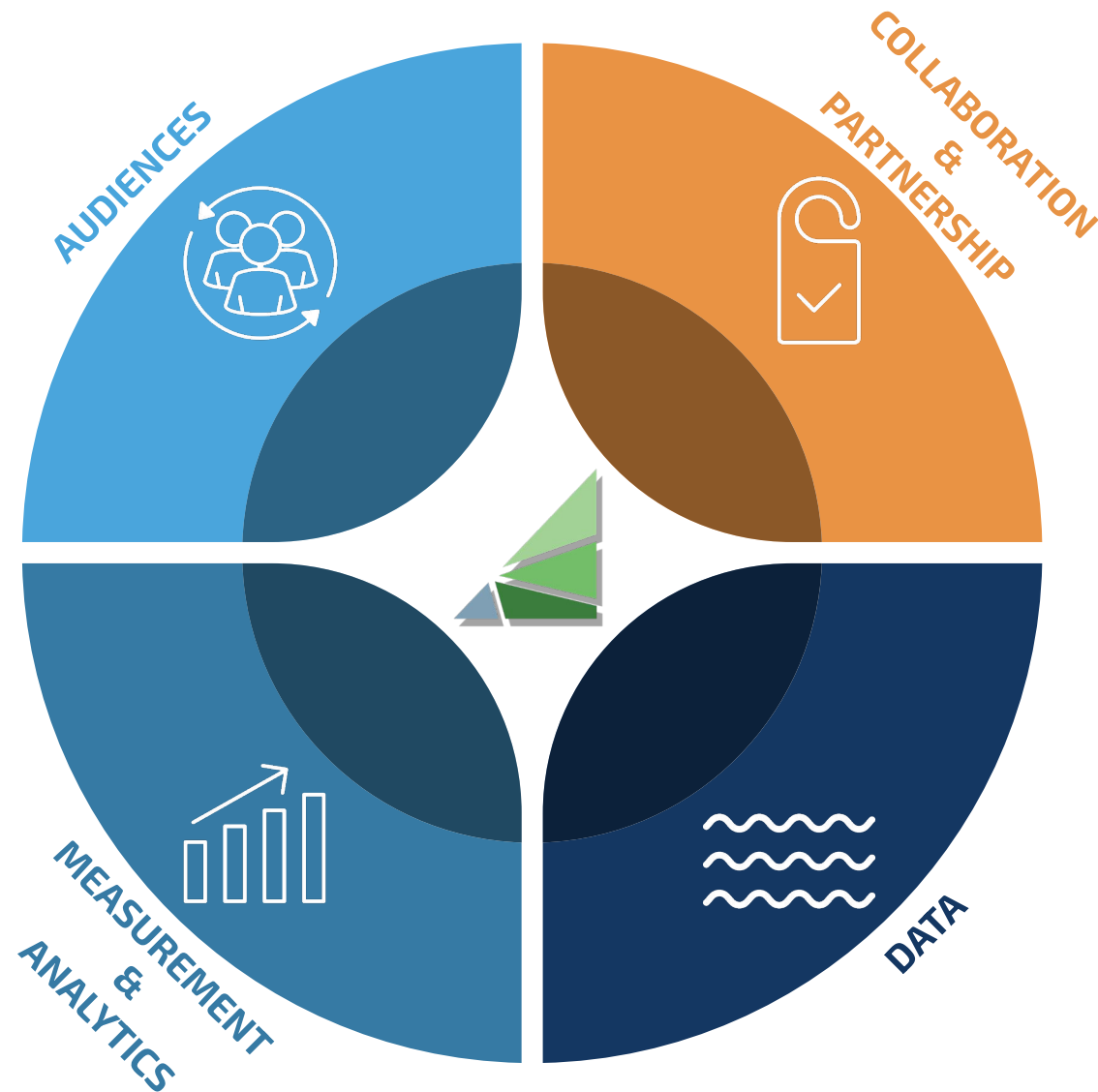
Connected TV,  
Cookieless Environments,  
Cookieable Browsers,  
Mobile Devices



## Measure ROI

Measurement Partners,  
Data Plus Math for TV,  
LiveRamp Safe Haven

# What is LiveRamp Safe Haven ?



LiveRamp Safe Haven enables global companies to extract maximum value of **their data and their shared partnership data**

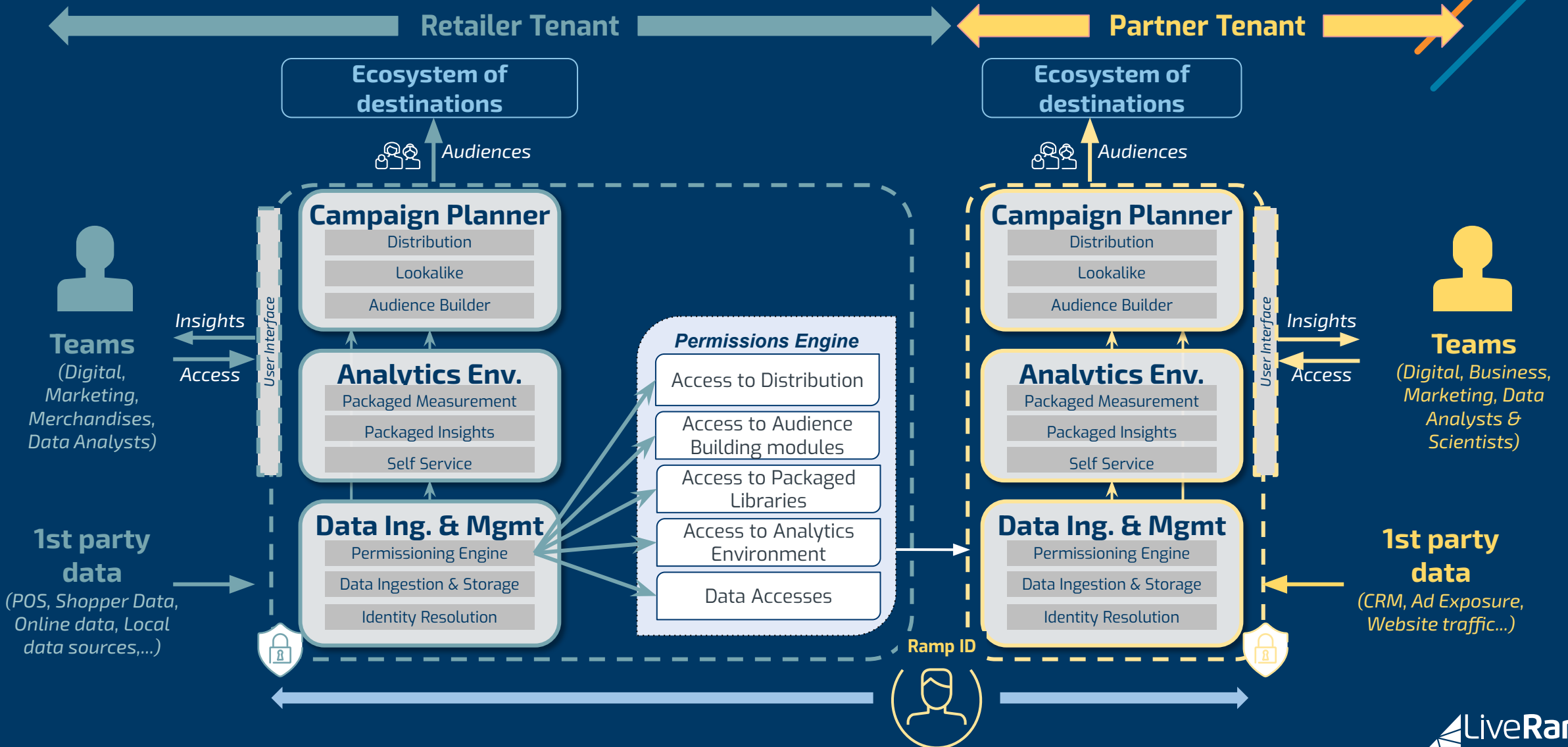
through **privacy-centric connectivity**

in a **neutral and secure environment** that's based on a foundation of governance, permissions and trust.

# LiveRamp Safe Haven connects identities across all ecosystems and provides you with a unified view of your consumers



# Safe Haven for Retail - Brand-data collaboration





# Taking the commercialisation Journey with LiveRamp



MediaPost News Events Awards Members More

**DISRUPT** REGISTER NOW

**Data & Targeting** INSIDER

COMMENTARY

## Carrefour Media Uses LiveRamp To Create A Connected World

by Laurie Sullivan, Staff Writer @lauriesullivan, April 26, 2016

Carrefour Media has partnered with LiveRamp, an Acxiom company, to onboard data from consumer products goods companies that sell through Carrefour Markets. It allows the media agency to use CPGs' first-party data to target consumers with advertisements.

The technology from LiveRamp rolled out Tuesday in the United Kingdom, France, and Canada.

Carrefour Media manages advertising and marketing campaigns for consumer product goods companies like Coca-Cola P&G, and Kellogg, among others, that sell their products through Carrefour grocery stores across Europe

Onboarding data means connecting the data across numerous silos, rather than collecting the data. Connecting the CRM data with anonymous data, for example, completes the circle. By onboarding data, Carrefour can solve large-scale targeting challenges that lets the media agency support CPGs' CRM data

LiveRamp

Unsere Plattform Ihre Ziele Ihre Branche Ressourcen Über LiveRamp

## Eine neue Qualität der Datenkollaboration für den Einzelhandel der nächsten Generation – unsere gemeinsame Reise mit Carrefour

June 15, 2021 | LiveRamp

Vor sechs Jahren kam es zu einem wegweisenden Treffen zwischen LiveRamp und Carrefour, einem der weltweit führenden Einzelhändler. Deren Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Daten, Technologie und Analytik präsentierten uns eine faszinierende Idee. Damit gedachten sie nicht nur ihr Marketing und ihre Marktposition zu verbessern, sie würde vielmehr ihren Status als Einzelhändler in eine neue Generation katapultieren!

Facebook Twitter LinkedIn

businesswire

HOME SERVICES NEWS EDUCATION ABOUT US

## LiveRamp und Carrefour schließen Partnerschaft zur Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten der nächsten Generation

Der weltweit führende Anbieter im Bereich der datenschutzgerechten Zusammenarbeit hilft Einzelhändlern, neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen und die Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten zu transformieren

June 15, 2021 08:28 PM Eastern Daylight Time

SAN FRANCISCO—(BUSINESS WIRE)—LiveRamp® (NYSE: RAMP) gab heute eine erweiterte globale Partnerschaft mit Carrefour (OTCMKTS: CREFP) bekannt, um eine zuverlässige Datenkooperation, Analysen und Innovationsmöglichkeiten durch LiveRamps Safe Haven zu ermöglichen. Durch den Einsatz der erstklassigen datenschutzfreundlichen Technologien von LiveRamp können Einzelhändler, Konsumgütermarken (Consumer Packaged Goods, CPGs) und Carrefour-Partner eine sichere, einfache und produktive Datenzusammenarbeit in einem noch nie dagewesenen globalen Umfang durchführen. Safe Haven ist derzeit in den USA, Großbritannien, Frankreich, China, Japan und Australien verfügbar und wird in Zusammenarbeit mit Carrefour nach Spanien, Italien, Belgien, Polen, Rumänien, Argentinien, Brasilien und Taiwan expandieren. Safe Haven von LiveRamp ist Teil einer neuen Geschäftseinheit, die Carrefour zu diesem Anlass lanciert: „Carrefour Links.“ Die Partnerschaft wurde heute auf einer Pressekonferenz in Paris bekannt gegeben.

„Daten verändern das Kundenerlebnis weltweit – und Carrefour steht mit seiner Plattform Carrefour Links an der Spitze dieses Trends“

„LiveRamp wird ein entscheidender Impulsgeber für die Transformation von Carrefour zu einem branchenführenden datengesteuerten Einzelhändler sein“, sagte Elodie Parthuisot, Executive Director für den Bereich E-Commerce, Data und Digital Transformation der Carrefour Group. „Mit Carrefour Links schaffen wir einen großen Mehrwert, indem wir noch enger mit unseren CPG- und Einzelhandelslieferanten zusammenarbeiten. Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit LiveRamp, um gemeinsam Hunderten unserer CPG-Partner auf globaler Ebene zuverlässige neue Einblicke in die Verbraucherwelt und neue

Funktionalitäten zu bieten.“

Durch die Bereitstellung von Datenanbindung und Identitätsmanagement in einer neutralen, sicheren und autorisierten Umgebung ermöglicht LiveRamp den Einzelhändlern eine Vielzahl neuer Anwendungsfälle und Umsatzströme und transformiert gleichzeitig die Art und Weise, wie sie mit ihren Lieferanten zusammenarbeiten. Durch Carrefour Links kann Carrefour enger mit seinen CPG-Partnern in neun internationalen Märkten zusammenarbeiten, um erweiterte Möglichkeiten der Datenzusammenarbeit zu schaffen, darunter:

- **Tiefere Einblicke und Analysen** – Die integrierten Berichte bieten zuverlässige Erkenntnisse über die Kampagnenperformance, das Kategorienmanagement und die Käuferanalyse. Safe Haven bietet außerdem die Möglichkeit für Datenwissenschaftsteams, ihre eigenen Modelle sowie maschinelles Lernen zu nutzen.
- **Omni-channel-Aktivierung** – Aktivieren von CPG-Kampagnen unter Verwendung von Carrefour-Daten über soziale und offene Web-Plattformen sowie Carrefour-eigene und -betriebene Assets.
- **Bessere Messung** – CPGs können die Auswirkungen von Marketingaktivitäten auf den Umsatz mithilfe von Einzelhandelsdaten besser verstehen und den Hebel ansetzen, um wichtige Geschäftsergebnisse zu erzielen.

Release Versions: English, Italian, German, Spanish, Portuguese, French, Dutch, Czech, Polish, Hungarian, Chinese Simplified, Chinese Traditional, Japanese

More News

Ansprechpartner für Medien: Michelle Mitsap im Auftrag von LiveRamp, liverramp@havasformula.com, 619 857 2384

Link to: [Carrefour / LiveRamp Coop PR, 2021](#)

Link to [LiveRamp blog](#)

Link to [Businesswire](#)





Thank You