



イントロ

私たちは、米国のAndroid向け「Golf King」アプリの休眠ユーザーを再エンゲージするために、**RisingWings**と提携しました。

RisingWingsは、世界中で数億人のユーザーに楽しまれているマルチプレイヤーシミュレーションゲームを専門とする、韓国のトップ売上を誇るゲーム開発会社です。

Golf Kingは、カスタマイズ可能なキャラクターやクラブ、リアルなコース、そして毎週開催されるリーグを特徴とするリアルタイム1対1のゴルフ対戦ゲームです。

キャンペーン目標



このキャンペーンの目標は、離脱したユーザーをアプリに呼び戻し、**既存課金ユーザー（Payersセグメント）**には新たなアプリ内購入を、**非課金ユーザー（Non-payersセグメント）**には初めてのアプリ内購入を促すことでした。D30 ROASを主要KPIとして設定しました。

結果



35%

3か月以内にD30 ROASが向上



27%

3か月目までにD30ユニーク購入コストが減少



16%

3か月目までに有料ユーザー1人当たりの平均購入回数が増加

「Persona.lyは、私たちのキャンペーンを円滑に運営するうえで素晴らしいパートナーです。チームは信頼でき、私たちの目標達成に真摯に取り組み、ゲームのニーズを理解するために時間をかけ、それに基づいたスマートで成果重視の戦略を構築してくれます。」

結果は一貫して改善しており、技術的課題や予算的課題の両方に対応しながら、常に私たちの優先事項を第一に考えてくれます。その姿勢によって、いつでも頼れるパートナーとなっています。今後も協力を続け、さらなる価値を生み出す新しい方法を共に探求できることを楽しみにしています。」

ファン・イソル (Yee Seul Hwang) – RisingWings UAチームリード



プログラマティック リエンゲージメントプロセス

協業開始時に、クライアントから受け取ったファーストパーティデータと、当社独自の機能である**Live Audiences**（クライアントに無償提供しているオーディエンスセグメンテーションエンジン）を活用し、2つのオーディエンスセグメントを作成しました。

- **Payers**：過去にアプリ内購入を行ったが、利用を停止したユーザー
- **Non-payers (NPU)**：過去にGolf Kingをプレイしたものの、アプリ内購入をせず、その後休眠したユーザー

ファーストパーティデータへのアクセスにより、ユーザーの購入意向に基づいたセグメントを作成、両オーディエンスでより良い成果を上げるためにターゲティング戦略を洗練させることができました。

ゲーム分野での豊富な経験により、キャンペーン開始初月に顧客のROASベースのKPIを達成し且つ上回るようになりました。リエンゲージ（アプリの再インストールや再起動）やアプリ内購入を行う可能性が高いユーザーに関するポジティブなシグナルが増えるにつれ、学習が進み、当社のML搭載入札アルゴリズムはこれらのオーディエンスセグメントをより正確にターゲティングできるようになりました。

New Churned: Payment 30D, Not Active 7D

Users that	Event type	Days
Didn't have	App open	In the last 7
AND		
Didn't have	Install	In the last 60
AND		
Had	Purchase	In the last 30

Persona.ly's **Dynamic Audiences** feature in action

当社のプログラマティックML搭載DSPは、ティア1のアドエクスチェンジと独占的に統合されており、毎秒400万件以上の広告リクエストを処理しています。これにより入札アルゴリズムがキャンペーンを最適化するためのデータを迅速に収集し、大規模に高品質なトラフィックを提供することが可能になります。

Total Audience size = 62533 (10.3%) Update

アプリ内購入意欲が最も高い主要オーディエンスセグメントに戦略的に予算を配分することで、キャンペーンのパフォーマンスを継続的に最適化、改善し続けました。

D30 ROASの着実な成長に加え、**D30ユニーク購入コストの低下**および**有料ユーザー1人当たりの平均購入回数**の増加は、当社のセグメンテーションと最適化戦略の有効性を証明しました。この成功により、拡張可能な成果を提供できる当社の能力に対する信頼が迅速に築かれ、RisingWingsとの長期的な協力関係が促進されました。

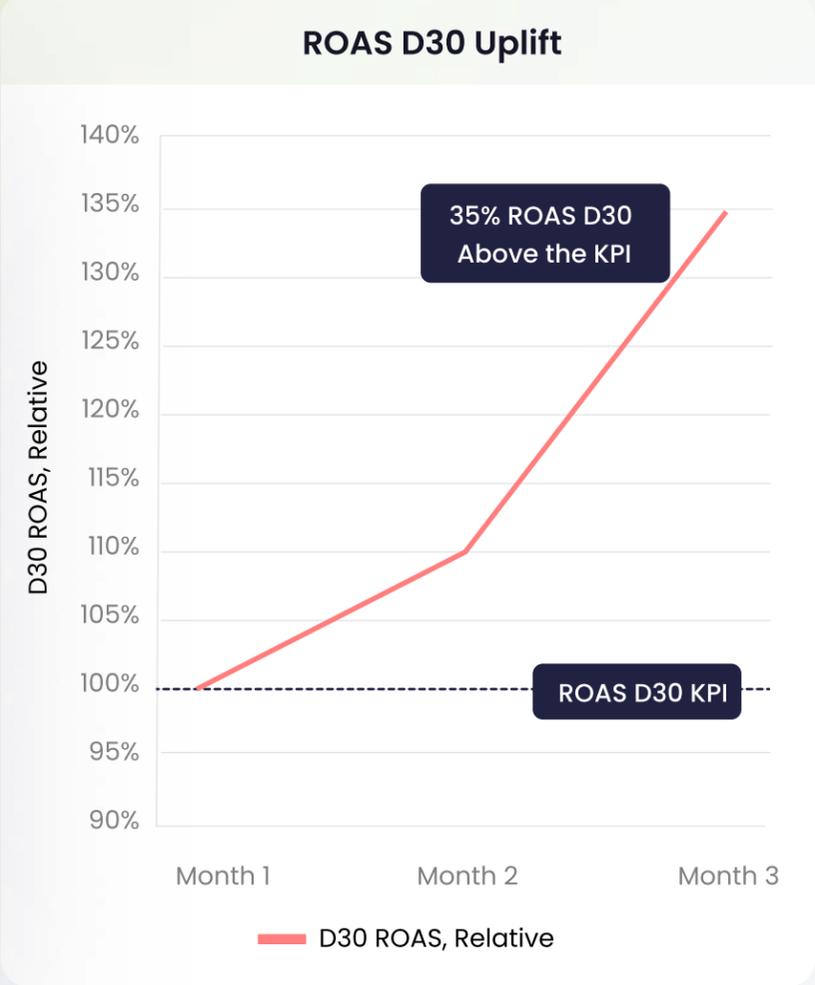


キャンペーン結果

D30 ROAS成長トレンド

RisingWingsとのキャンペーン開始当初から、D30 ROAS KPIを迅速に達成、上回ることができました。学習が進むにつれて、当社のプログラマティック入札アルゴリズムは、**リエンゲージしてアプリ内購入を行うユーザー（PayersおよびNon-payers両方のセグメント）**と、そうでないユーザーを区別できるようになりました。

キャンペーンの最適化を継続した結果、3か月目にはKPIを**35%**上回る成果を達成しました。



ユニーク購入コストの削減と有料ユーザー1人当たりの平均購入回数の増加

両セグメントにおいてインアプリ購入意欲の高いユーザー（Payersセグメントのユニーク再購入およびNon-payersセグメントの初回購入（FTD））を特定すると、ユニーク購入コストが下がり始めました。

ROASベースのKPIに向けた最適化により、当社のプログラマティック入札アルゴリズムは拡大するデータセットを活用し、複数回購入する可能性が高いユーザー群をターゲティングしました。その結果、有料ユーザー1人当たりの平均購入回数が増加しました。

主要なオーディエンス層に向けてキャンペーンを継続的に最適化した結果、3か月目には以下の成果を達成しました：

- 有料ユーザー1人当たりの平均購入回数が16%増加
- ユニーク購入コスト（再購入および初回購入を含む）が27%減少

D30 Unique Purchase Cost and Average Number of Purchases per Paying User

Month	D30 Unique Purchase Cost, %	Average number of purchases per paying user (cohorted)
Month 1	100%	100%
Month 2	~90%	~110%
Month 3	~73%	~116%

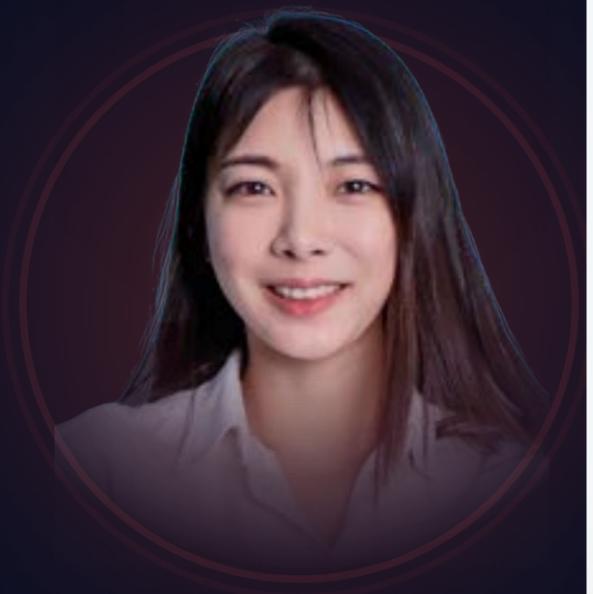
RisingWingsについて

2011年に設立されたRisingWingsは、アクセスしやすく競争力のあるゲームプレイで知られる主要なモバイルゲーム開発会社としての地位を確立しました。同スタジオはGolf King、Castle Craft、Archery King、Bowling Kingといったヒット作をリリースしており、世界中で数億人のユーザーを獲得、複数のタイトルが常に世界のトップチャートにランクインしています。

「RisingWingsのような革新的な韓国のゲーム業界リーダーと提携し、当社のAndroidおよびiOS向けリエンゲージメントソリューションを通じてLTVを向上させ、彼らが目標を超える支援ができることを大変嬉しく思います。

RisingWingsとの協業は本当に素晴らしい経験です。彼らはデータ駆動型の戦略と機械学習によるターゲティングを積極的に取り入れ、相互の成功を後押しする貴重なインサイトを常に共有してくれます。」

Rachel Seo – Persona.ly 韓国事業開発ディレクター



Persona.lyについて

Persona.lyは、独自の機械学習アルゴリズムと強力なファーストパーティデータ管理プラットフォームを活用し、モバイルユーザー獲得およびリターゲティングを専門とするデータ駆動型のプロダクト企業です。

私たちは、King、Tencent、Papaya、NextNinja、Tilting Point、Nexonなどの主要なモバイル企業が、エンゲージメントおよびコンバージョンの可能性が最も高いユーザーを正確に予測し、成長目標を達成・超過できるよう支援しています。当社の機械学習モデルは、予測されたLTVに基づき高価値なユーザーをターゲティングするよう最適化されており、高いROASと長期的なユーザー品質を実現します。

当社の自社開発によるプログラマティックDSPは、トップティアのアドエクスチェンジやOEMと直接統合されており、世界中で毎秒400万件以上の広告リクエストを処理しています。

リアルタイム予測分析とプログラマティックスケールを組み合わせることで、パートナーがよりスマートな成長、より高いLTV、そして測定可能な増分効果を実現できるよう支援しています。

