Persona.ly × PUPRIME

November 2026

イントロ

Persona.lyはPU Primeと提携し、iOSのトレーディングアプリに登録したものの、次のステップである初回入金に至っていないユーザーのリエンゲージメントに取り組みました。PU Primeは、外国為替、金、株価指数、その他の金融商品へのアクセスを提供するグローバルなオンラインブローカーです。

キャンペーンの目的

本キャンペーンの目的は、PU Primeに登録済みのユーザーを初回入金ユーザー（FTD）へ転換することでした。対象となったのは、登録後、一度も取引口座に入金していないユーザーです。

主な課題は、多数の登録済み未入金ユーザーの中から初回入金の可能性が高いユーザーを見極め、最適なタイミングで再びアプローチし、効率的にコンバージョンへつなげることでした。

PU Primeは、初回入金ユーザーの獲得単価（CPFTD）をキャンペーンの主要KPIとして設定しました。

成果の概要

1.7x
CPFTD（初回入金獲得単価）のKPIを上回る成果

9市場
すべての市場でCPFTDをKPI以内に維持

7x
6か月間でのキャンペーン規模拡大

PU Primeにとって、Persona.lyとの協業は非常に良い経験となっています。チームの迅速なコミュニケーションと、私たちの目標に合わせてキャンペーンを柔軟に調整してくれる姿勢を高く評価しています。
今回の協業では、リターゲティングのオーディエンスを最適化し、登録済みユーザーの初回入金を促進することに注力してきました。今後も継続的なテストと最適化を通じて、パートナーシップをさらに発展させていきたいと考えています。

Michael Sun – PU Prime、パフォーマンスマーケティング担当

Persona.ly

November 2026

プログラマティックリターゲティング戦略

キャンペーン開始時には、独自の「Live Audiences」セグメンテーションエンジンを用いて、PU Primeのアプリに登録したものの、まだ初回入金を行っていないユーザーからなるリターゲティングオーディエンスを構築しました。

Live Audiencesは、アクティビティレベル、購入履歴、非アクティブ期間、ユーザーの意図など、複数の行動シグナルに基づくセグメンテーションに対応しています。Persona.lyのプログラマティックDSPと直接連携し、オーディエンスの更新や除外をリアルタイムで行うことで、関連性の高いユーザーに広告費を集中させます。

キャンペーンを通じてコンバージョンデータが蓄積されると、機械学習を活用した入札システムは、どのオーディエンスセグメントがアプリに戻り、初回入金を完了する可能性が高いかを学習しました。登録済み未入金ユーザーを一律に扱うのではなく、予測FTD確率の高いユーザーを優先して入札価格を調整します。これにより、最適化の焦点をファネル下部のコンバージョンイベントである初回入金に維持できました。

単一市場での最適化

まず英国でキャンペーンを開始し、単一市場においてFTDのコンバージョンシグナルを蓄積するとともに、成果の高いオーディエンスセグメントを特定しました。

市場拡大

入札システムに十分なコンバージョンデータが蓄積された後、欧州および北米の追加市場へ段階的に拡大しました。新しい市場に進出するたびに、市場ごとのデータを活用して入札とオーディエンスセグメンテーションをさらに調整しました。この反復的なアプローチにより、コンバージョン確率の高いオーディエンスへの最適化を続け、各セグメントの予測価値に応じて入札価格を調整しながら、最終的に9市場まで拡大しました。

初回入金の予測確率が最も高いオーディエンスを優先し、コンバージョン成果の良いクリエイティブ形式へより多くの予算を配分した結果、**月間広告費を7倍に拡大**しながら、**PU PrimeのCPFTD目標を全体で1.7倍上回る成果を達成しました。**

7x

月間広告費の増加

70%

CPFTDのKPIを上回る成果



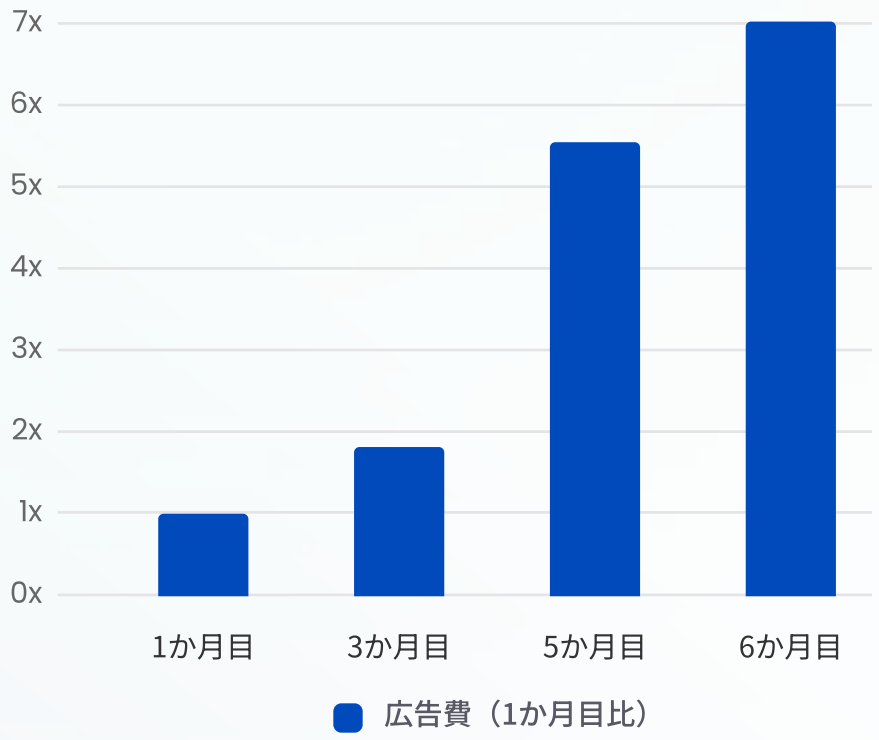
Persona.ly

November 2026

キャンペーン結果

キャンペーン規模とCPFTDのKPI

初期学習期間を経て、欧州および北米の追加市場へ拡大しながら、月間広告費を段階的に7倍まで増やしました。
広告費の増加とグローバルな市場拡大にもかかわらず、CPFTDは**毎月、かつ9つすべての市場でPU Primeの目標を下回り、全体でKPIを1.7倍上回る成果を維持しました。**

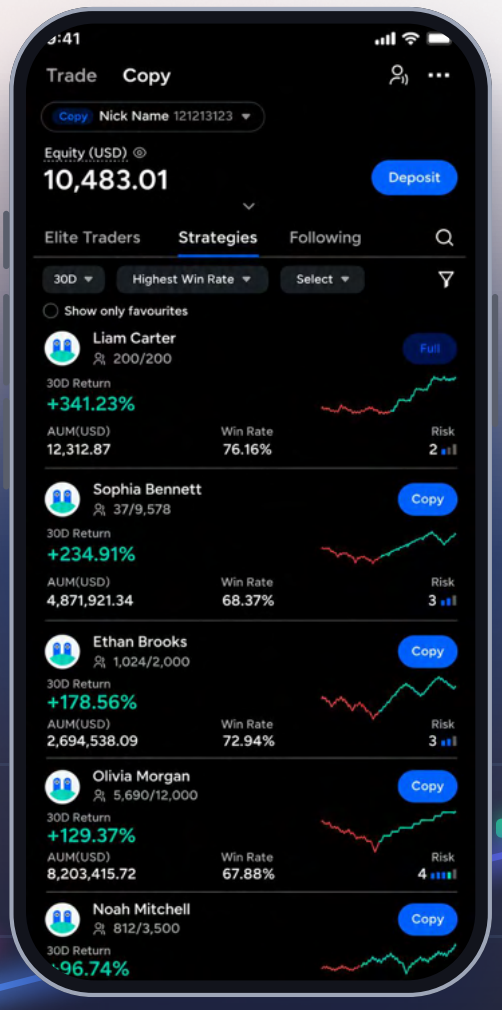


高い意図と高い価値を持つオーディエンスへのリーチ

当社のDSPには、ライフタイムバリュー（LTV）が上位1%に入ると予測されるユーザーを特定する、独自の高価値ユーザー（Whale）予測機能があります。入札システムは、ユーザーの予測価値と市場価格に基づいて各プログラマティックオークションを評価し、費用対効果を維持しながら価値の高いインプレッションを獲得できるよう入札価格を調整します。

当初はゲーム業界のクライアント向けに開発されたこの機能は、現在、取引価値の大部分を比較的少数のユーザーが生み出すこともある**フィンテックやEC分野にも応用されています。**

PU Primeでは、初回入金の可能性が高い登録済みユーザーの特定だけではありません。**プログラマティック入札システムは、複数回の入金、または少数回でも高額な入金によって、より高いLTVを生み出すと予測されるオーディエンスを優先しました。**

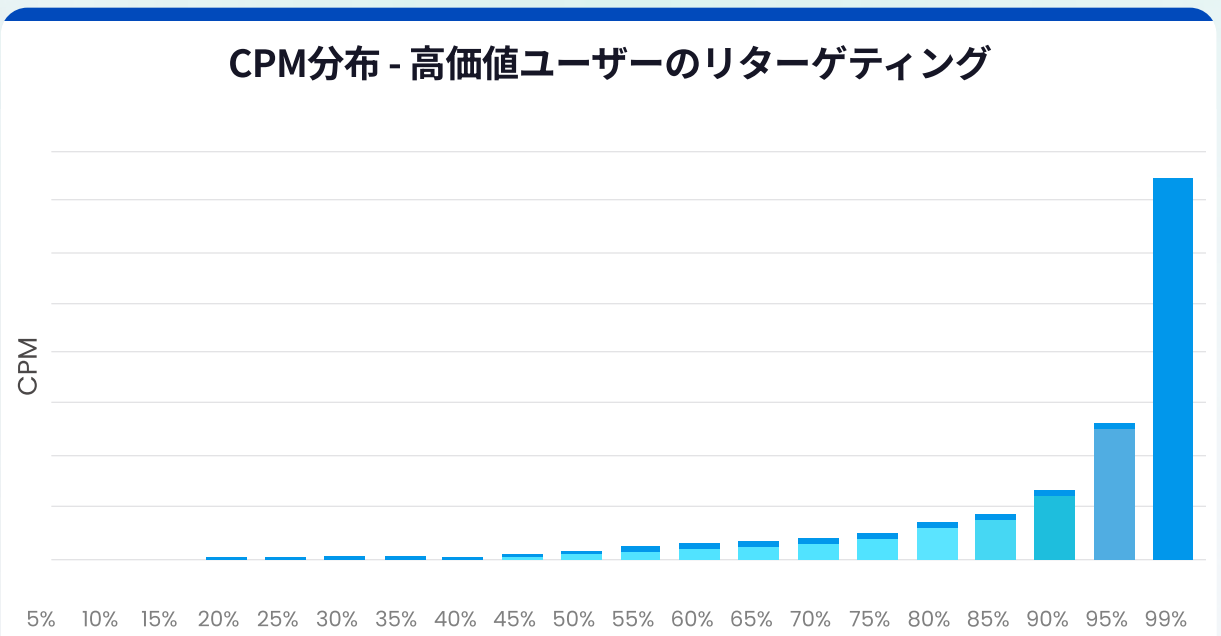


Persona.ly

November 2026

CPFTDは初回入金ユーザーの獲得コストを示しますが、そのユーザーが将来どれほどの価値を生むかまでは考慮しません。高価値オーディエンスほど一般に競争が激しく、オークション価格も高くなります。当社の入札システムは、**予測ユーザー価値に加え、コンバージョン確率と各オーディエンスへのリーチコストを考慮して**対応しています。

予測ユーザー価値を入札戦略に組み込むことで、入金ポテンシャルの高いユーザーにより積極的に入札しながら、CPFTDをPU Primeの目標以下に維持できました。



PU Primeのプログラマティックリターゲティングにおける成功要因

意図に基づくセグメンテーション

機械学習を活用したDSPは、Live Audiencesで複数の行動シグナルを組み合わせ、登録済み未入金ユーザーを初回入金の予測確率に基づいて分類しました。これらの予測をリアルタイム入札に直接反映することで、意図の強いユーザーに対してより積極的に入札し、コンバージョンの可能性が低いユーザーへの支出を抑えました。



クリック経由のアトリビューション

ビュースルーアトリビューションに依存せず、クリック経由のアトリビューションを重視しました。

広告表示後のコンバージョンに貢献を割り当てるビュースルー方式とは異なり、クリック経由のアトリビューションでは、ユーザーが広告クリエイティブに能動的に反応する必要があります。

これにより、単なる広告接触ではなくユーザーの積極的な操作に再エンゲージメントを結び付け、キャンペーンの効果をより保守的に評価できました。

Deposit Success

ユーザーが離脱した時点で、そのライフタイムバリューが決まるわけではありません。市場の変動によってユーザーの意図が急速に変わり得るフィンテックのトレーディングアプリでは、なおさらです。

当社の機械学習モデルは、初回入金、追加入金、長期的なエンゲージメントを予測するシグナルに適応し、DSPが高価値な機会を特定して適切に入札できるようにします。リターゲティングにより、フィンテック企業はまだ十分に発揮されていない潜在価値を持つユーザーを再び獲得し、初期獲得期間を超えてLTVを伸ばすことができます。

Nicole Leus – Persona.ly、EMEA・北米担当ビジネスディベロップメントマネージャー



PU Primeについて

PU Primeは、外国為替、コモディティ、金、株価指数、株式などのCFD（差金決済取引）を提供する、受賞歴のあるグローバルなオンラインブローカーです。モバイルアプリでは、数百種類の取引商品、柔軟な口座入金方法、初心者トレーダー向けのコピートレード機能「PU Social」を利用できます。

Persona.lyについて

Persona.lyは、独自の機械学習アルゴリズムと強固なファーストパーティデータ管理プラットフォームを基盤に、モバイルユーザー獲得とリターゲティングに特化したデータドリブンなプロダクト企業です。

King、Tencent、Papaya、NextNinja、Tilting Point、Nexonなど、世界有数のモバイル企業の成長を支援しています。エンゲージメントやコンバージョンの可能性が高いユーザーを的確に予測し、成長目標の達成と超過達成に貢献します。当社の機械学習モデルは予測LTVに基づく高価値ユーザーのターゲティングに最適化されており、高いROASと長期的なユーザー品質を実現します。

> 自社開発のプログラマティックDSPは、トップティアの広告エクスチェンジやOEMと直接連携し、世界中で毎秒500万件以上の広告リクエストを処理しています。

> リアルタイムの予測分析とプログラマティックな規模を組み合わせ、パートナー企業のよりスマートな成長、より高いLTV、測定可能なインクリメンタル効果の実現を支援しています。

インクリメンタリティ測定プラットフォーム「IMPACT」により、広告主は従来のアトリビューションを超えて、Persona.ly DSPが生み出す真の純増価値を把握できます。IMPACTはオーディエンス、セグメント、キャンペーンを横断した透明性の高い測定を提供し、広告接触と純増コンバージョン、売上、iROASを結び付けます。

+559.29% L30D Return
+148.76% L30D Return
+48.76% L30D Retur