

導入（どうにゅう）

私たちは、広告代理店INSIGHTと連携し、NHN PlayArtのモバイルゲーム「#コンパス 戦闘摂理解析システム」の休眠ユーザーのリエンゲージメント施策を実施しました。

「#コンパス 戦闘摂理解析システム」は、累計1,700万ダウンロードを突破した3対3のマルチプレイヤーバトルゲームで「進撃の巨人」や「ソードアート・オンライン」などの人気作品とのコラボレーションも展開しています。

キャンペーン目標



本キャンペーンは、以前に#Compassで課金（アプリ内購入）を行った休眠プレイヤーのリエンゲージメントを目的として実施されました。目標は、彼らを再びゲームに呼び戻し、アプリ内購入による追加収益を促進することです。

本キャンペーンの成功を測る指標として、特定のD30 ROAS KPI が設定されました。

成果の概要



3倍

1週1から KPIを上回るD30 ROASを達成しました



1日未満

ベストクリエイティブへの最適化日数

同一アトリビューション環境で複数DSPを並走させ、イスラエル発の高度なデータ技術を持つPersona.lyの優位性を確信し大胆に予算を投下。ROAS最上位層の『一本釣り』にとどまらず、次点層へも戦略的に拡張することで、高水準のROASと圧倒的な配信ボリュームの両立を実現しています。

小林登志史 スペシャリスト 株式会社インサイト



おゆかり

プログラマティック リエンゲージメントのプロセス

NHNとのリエンゲージメントキャンペーン開始時に、私たちは独自の Live Audiences セグメンテーションエンジン（追加費用なしでクライアントが利用可能）を活用し、ユーザーのアプリ内行動や非アクティブ期間に基づいたカスタムオーディエンスを構築しました。

Live Audiences セグメンテーションエンジンは、ユーザーを活動レベル、購入履歴、意図など複数のシグナルに基づいて分類します。クライアントのファーストパーティデータと直接かつ安全に統合されるため、サードパーティツールは不要です。

オーディエンスはリアルタイムで更新され、復帰したユーザーの即時除外や、新たに条件を満たしたユーザーの即時追加が可能です。これは競争の激しいゲームカテゴリーにおいて非常に重要な利点です。

私たちのプログラマティックDSPは、グローバルのTier-1広告取引所および日本国内の広告取引所（SupershipやFluctを含む）と直接統合されています。1秒あたり400万件以上の広告入札を処理しており、これらの統合と処理能力により、世界中の“ウォールドガーデン”外のほとんどのユーザーにリーチすることが可能です。

キャンペーン開始時点から、D30 ROAS KPIを3回上回る成果を達成しました。

十分なデータを収集した結果、私たちのML駆動型プログラマティック入札システムは、ゲームに復帰して追加のアプリ内購入を行う可能性が高いユーザーと、コンバージョンの可能性が低いユーザーを特定できました。

その後、コンバージョンの可能性が最も高いユーザーにターゲティングを絞り込み、キャンペーン全体のパフォーマンスをさらに向上させました。

最近のプログラマティックDSPの強化機能を活用し、複数のオーディエンスシグナルを統合した統一ベクターを用いて、カスタムMLターゲティングモデルを開発しました。これにより、意図の高いユーザーを正確にターゲティングし、ユーザーの価値に応じた精密な入札が可能になります。

この強化機能により、すでに複数のクライアントキャンペーンで追加の効率向上が実現しています。

「#コンパス」の事例では、この機能により、キャンペーンを拡大しながらクライアントのKPIを大幅に上回る成果を達成することができました。

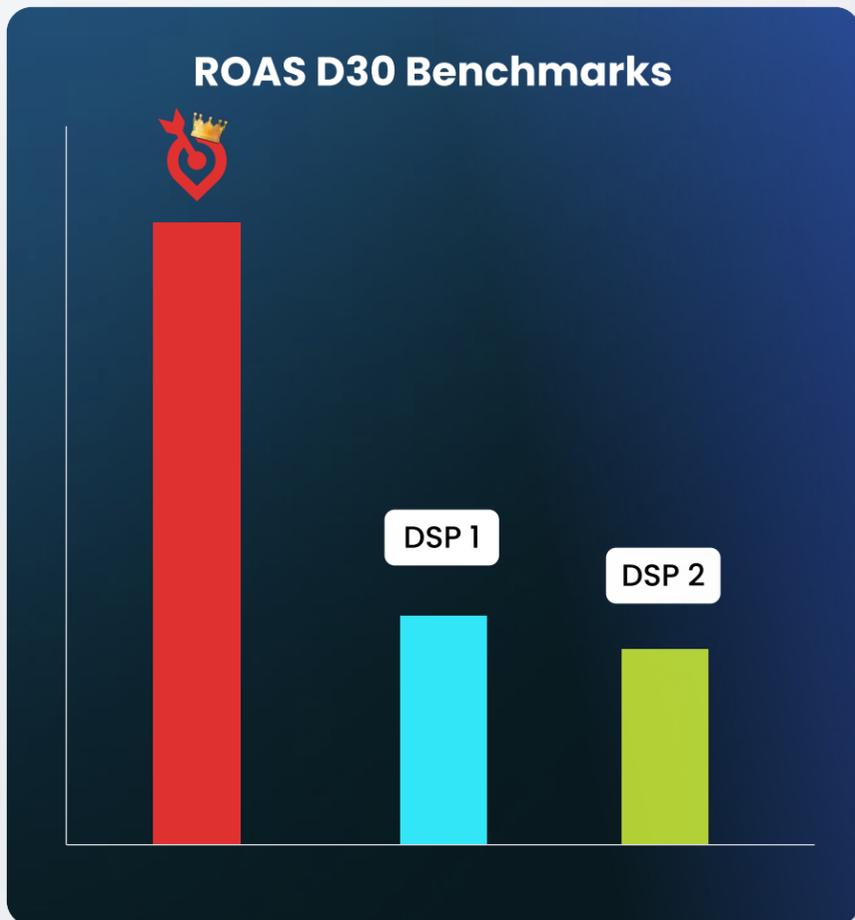


成功の主要要因

D30 ROAS – Persona.lyの結果 vs. ベンチマーク

私たちのML駆動型DSPは専用プライベートクラウド上で稼働しており、1秒あたり400万件以上の入札を処理し、日本市場の大多数のユーザーにリーチすることが可能です。

この技術的な構成により、データ処理の高速化、スロットリングの排除、コスト削減が可能になります。広告主は、コスト効率の向上と完全な透明性という形で直接的な恩恵を受けられます。



高度なターゲティングモデルと組み合わせることで、このインフラにより迅速な対応により賢明な入札が可能になります。

このアプローチにより、購入意欲の最も高いユーザーをプログラマ的に特定、openRTBオークションで入札戦略を最適化し、アプリ内購入の可能性が最も高いオーディエンスに予算を配分することで、他のDSPのパフォーマンスを上回る成果を達成しました。

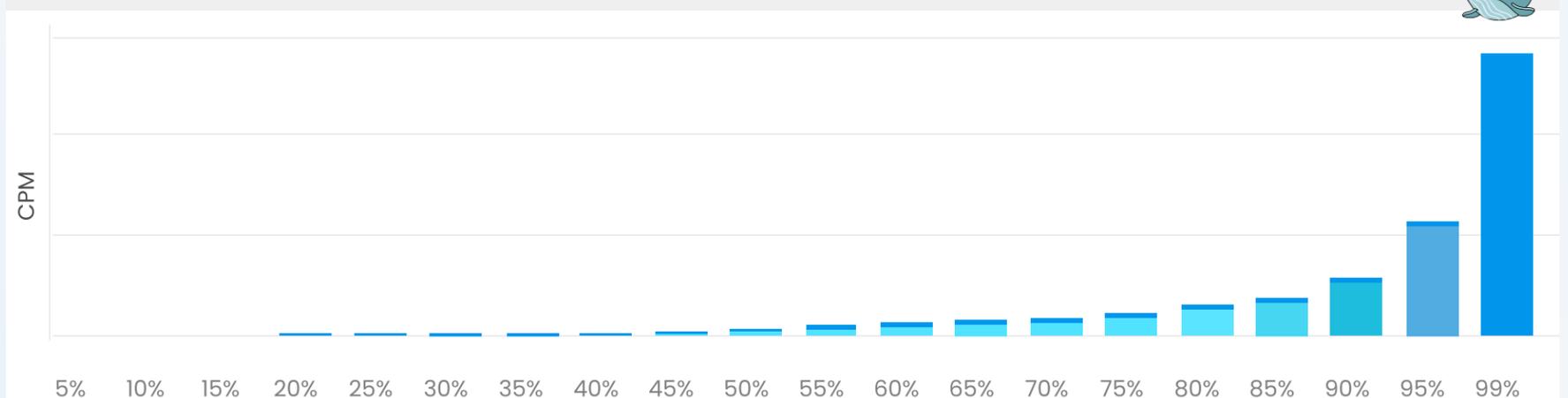
高LTVユーザーへのリーチ

私たちのML駆動型入札システムには業界特化の機能が搭載されており、ゲームクライアント向けに「ホエール検出」機能も備えています。この機能により、入札ストリーム内で上位1%の高LTVユーザーを特定し、市場価格やオーディエンスの予測価値に基づいて入札額を調整することで、オークションでの勝利を確実にします。

この機能により、入札ストリーム内で上位1%の高LTVユーザーを特定し、市場価格やオーディエンスの予測価値に基づいて入札額を調整することで、オークションでの勝利を確実にします。

主な課題は、数百万の「#コンパス」ユーザーの中からゲームに再び関与し、複数回のアプリ内購入を行う可能性が高いユーザー、あるいは少数だが高額なアプリ内購入を行うユーザーのセグメントを特定することでした。

CPM分布 – 高額課金ユーザーのリターゲティング



NHNについて

NHN PlayArtは2015年に設立されたNHNの日本法人で、カジュアルパズルゲームやリアルタイムバトルモバイルゲームを専門としています。代表作には「LINE：ディズニー ツムツム」、「妖怪ウォッチ ふにふに」、および「#コンパス」があり、これらの累計ダウンロード数は1億回を超えています。また、人気フランチャイズとのコラボレーションも展開しています。

INSIGHTについて

INSIGHTは東京に拠点を置く大手デジタルマーケティングエージェンシーで、プログラマティック広告、アフィリエイトマーケティング、クリエイティブ制作を専門とし、フルスケールのマーケティングサービスを提供しています。

私たちは、INSIGHTおよびNHN PlayArtとの継続的なパートナーシップに非常に満足しています。本キャンペーンを通じて、日本のモバイルゲーム市場におけるリターゲティングの成長可能性を実感するとともに、成功の鍵となったプロセスに対するNHN PlayArtおよびInsight Co.チームの信頼に感謝しています。今後も共に素晴らしい1年を築いていくことを楽しみにしています。

Elina Watanabe (Persona.ly 日本 担当ビジネス開発責任者)



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とし、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ドリブンな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。

自社開発のプログラマティック DSP は、トップクラスの広告取引所および OEM と直接統合されており、世界全体で毎秒 400 万件以上の広告リクエストを処理しています。

リアルタイムの予測分析とプログラマティックのスケールを組み合わせることで、当社はパートナーがよりスマートな成長、より高い LTV、そして測定可能なインクリメンタルインパクトを実現できるよう支援します。

