



イントロ

私たちはネクソンと協力し、人気 MMORPG タイトル『マビノギモバイル』の Android・iOS におけるリターゲティングキャンペーンを実施しました。

ネクソンは『メイプルストーリー』『アラド戦記』『サドンアタック』など、40 以上のタイトルを持つ世界的なオンラインゲーム企業です。

キャンペーン目標



キャンペーンの最終目標は、離脱したユーザーを再度ゲームに戻すことでした。

- 過去に課金経験のないユーザー → 初回 IAP（アプリ内課金）促進
- 既存課金ユーザー → 追加 IAP の誘導

また、再アクティベーションあたりのコスト（Cost per Reactivation）が KPI として設定されました。

結果概要



15倍

8週間でのキャンペーンスケール拡大



25%

15倍スケール時（8週目）に再アトリビューションコスト KPI を上回る成果



3倍

8週目時点で Re-attributions per Mille が増加

『マビノギモバイル』のリターゲティングキャンペーンは、開始直後から予想以上の成果を上げました。ML ベースのターゲティングが非常にうまく機能し、安定したパフォーマンスを保ちながらスムーズにスケールを拡大することができました。ユーザーの再エンゲージメントやリテンションの改善も印象的で、Persona.ly との協業が大きく貢献しました。今後もこの勢いを共にさらに伸ばしていけることを楽しみにしています。

ネクソン UA マネージャー

ペ・スンビン & ホン・ギョンピョ（ブライアン）



Programmatic Re-engagement Process

マビノギのキャンペーン開始時、当社独自のオーディエンスセグメンテーションエンジン Live Audiences（追加料金なしで利用可能）を活用し、7日以上非アクティブだったユーザーで構成されるオーディエンスを迅速に生成しました。

キャンペーン初期段階（小規模での学習フェーズ）では、ML を活用したプログラマティック DSP が、ゲームに復帰する可能性の高いユーザー特性を把握していききました。

離脱ユーザーを幅広く対象とした初期設定でありながら、私たちはすでに KPI を大きく上回る結果を得ており、これはアルゴリズムが ユーザー特徴・時間帯・クリエイティブ・掲載面の最適な組み合わせを迅速に見つけ出し、再エンゲージメントを促進し、コストを大幅に削減したためです。



キャンペーン開始直後から、再エンゲージメント単価の KPI を4倍上回る成果を達成し、目標コストの4分の1でユーザーを再エンゲージさせることができました。

プログラマティックな ML ベースの入札システムが、再エンゲージしゲーム内で継続的に進行しやすいユーザーセグメントを特定できるだけの十分なポジティブシグナルを蓄積した段階で、私たちはキャンペーンの規模を大幅に拡大することができました。

その結果、再エンゲージメント単価の KPI を大きく上回る成果を維持しながら、Re-attributions per Mille および D7 リテンションも改善することができました。



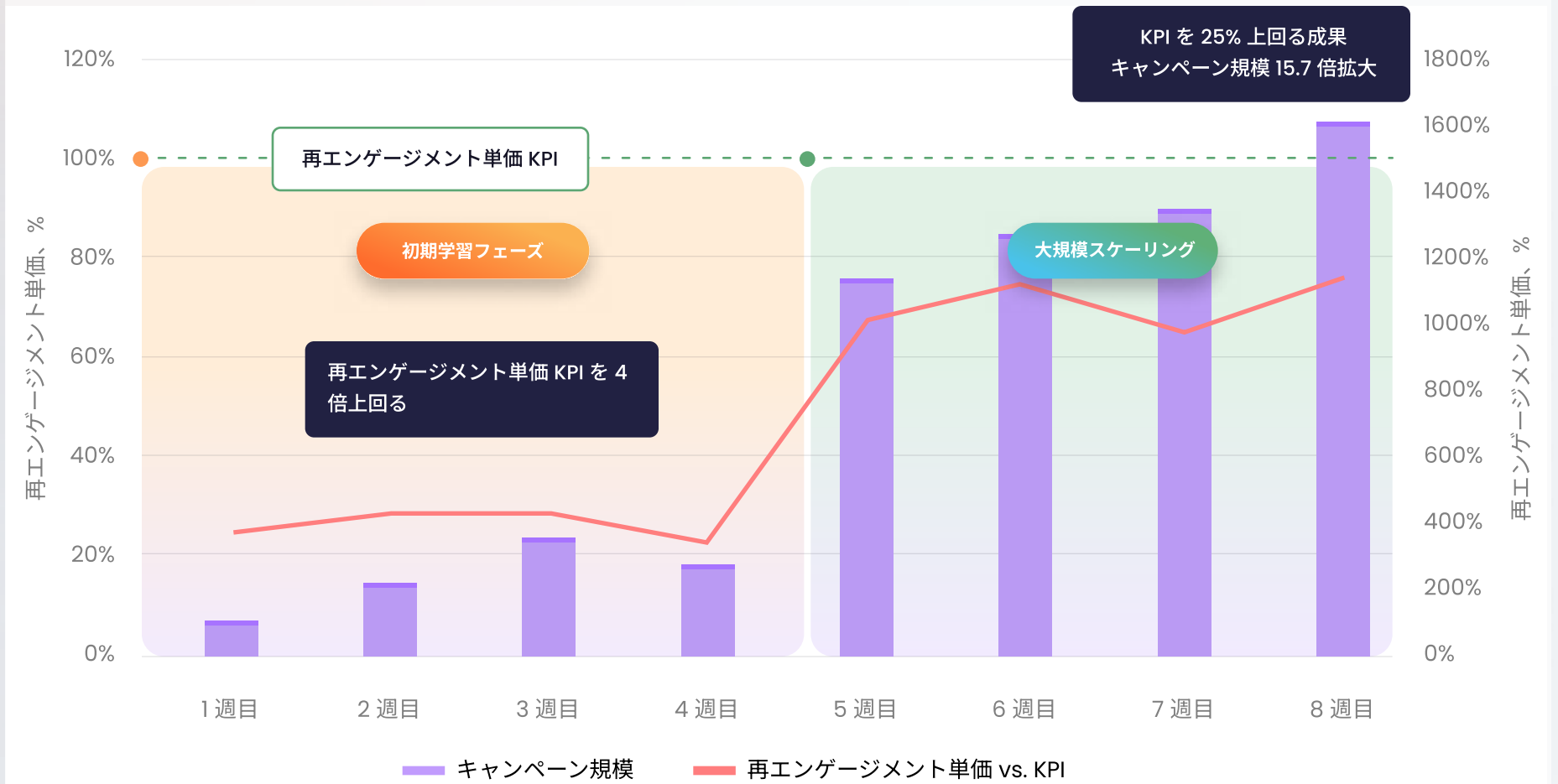
キャンペーン結果

キャンペーンのスケール拡大と再アトリビューションコスト

キャンペーン初期は小規模で運用し、再エンゲージの可能性が高い主要なユーザーセグメントに関するインサイトを収集しました。

ML モデルが、どのオーディエンスセグメントがコンバージョンしやすいか（マビノギを再起動または再インストールする可能性があるか）を分類するための十分なサンプルデータを収集した後、8 週間でキャンペーン規模を 15 倍に拡大し、再エンゲージメントコスト KPI を 25% 上回る成果を達成しました。

再アトリビューション単価（KPI 比）とキャンペーン規模

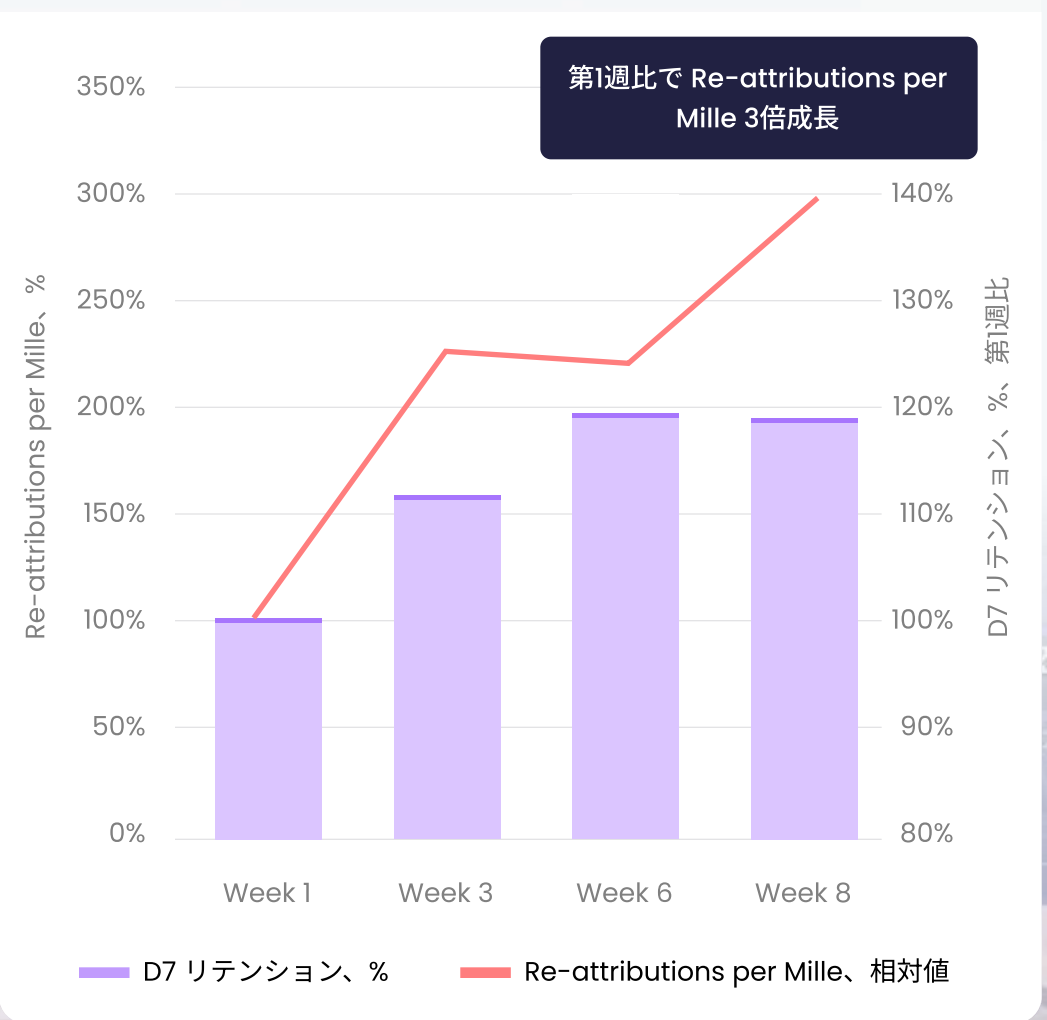


Re-attributions CVR と D7 リテンションの成長

キャンペーンの主な課題は、パフォーマンスを維持しながらスケールを拡大することであり、特にゲームを再開または再インストールする可能性が最も高いユーザーのみを再エンゲージすることに注力しました。

離脱ユーザーのオーディエンス内で特定のセグメントを正確にターゲティングすることで、D7 リテンションを維持・改善するとともに、第1週と比べて第8週には Re-attributions per Mille を3倍に増加させることができました。

Re-attributions per Mille と D7 リテンションの成長



Nexon について


NEXON は長年の IP フランチャイズと比類なきライブ運営の専門知識を持つ、オンラインゲームのグローバルリーダーであり、これによりゲームの寿命を数十年単位で延ばすことが可能です。1994 年に設立された NEXON は、複数ジャンルにわたる 40 以上のライブゲームを運営し、190 か国以上でサービスを展開しています。

Nexon の代表的なゲーム、例えば『メイプルストーリー』や『アラド戦記（Dungeon&Fighter）』は、長期間にわたり安定した成長を示しています。

Nexon は Persona.ly にとって長年にわたる大切なパートナーであり、今回さらに別のタイトルで協業を深められることを大変嬉しく思います。両チームは、透明性とデータドリブンの卓越性への相互のコミットメントを通じて、シームレスなシナジーを発揮しています。

このパートナーシップをさらに拡張し、Nexon の他の代表タイトルに対しても優れた UA とリターゲティング成果を提供していきたいと考えています。

Persona.ly 韓国ビジネス開発ディレクター
Rachel SEO



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。

