Persona.ly

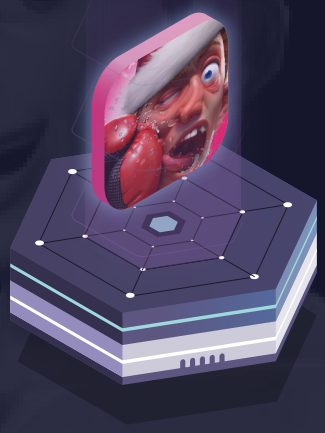
2021年1月

4:33企業概要

4:33 Creative Lab (FourThirtyThree Inc、以下4：33) は、2009年に韓国・ソウルで設立されモバイルゲームの開発とパブリッシャー事業を運営しています。**4:33**は、2017年にパブリッシャー事業を開始した後、飛躍的に拡大し続けています。

同社はスポーツ、RPG、ストラテジー、アクション等、様々なゲームジャンルで世界的に成功し、数多くのアワード受賞アプリがあります。

主要タイトルは、Boxing Star（ボクシング・スター）Monster Super League（モンスタースーパーリーグ）、Battle Boom（バトルブーム）、Battle of Arrow: Survival PvP（バトルオブアロー）、そして、韓国国内展開のThe Heaven Sword、カカオのDragon Saber、Monster Super League、City of Mist 2になります。



Persona.ly企業概要

Persona.lyは、アメリカ、日本、韓国、ロシア、東南アジアをメインにグローバル展開しており、広告主・広告代理店向けにモバイルユーザー獲得の促進をするハイテク企業です。独自の入札と機械学習を活用し、ターゲットを絞ったアプリインストール及びリターゲティングソリューションを高い透明性とともに提供しています。

Persona.lyは、ベンダーとしての役割以上に、パートナー取引先の成長につながり、多様なチャンネルで使える価値のあるインサイトを生成し提供することを目指しています。

キャンペーン目標

Persona.lyは、**4：33**の主要タイトル「Boxing Star（ボクシングスター）」のアプリの成長とROAS向上を目標に、アプリ内課金を行うユーザーを獲得することに向けて取り組みました。

プロセス

Persona.lyのプログラマティックDSPは、主要なSSPと連携しており1秒間に500,000QPS（クリエ数/秒）のアプリ内メディア在庫を処理しています。リアルタイムで送られてくるリクエストデータとDMPの蓄 積データ、そして、機械学習アルゴリズムを活用してアプリに興味関心の高いオーディエンスのセグメ ンテーションを構築し、効果的なUAキャンペーンとリターゲティングキャンペーンを運用しています。
このインフラストラクチャは、広告を配信するだけでなく、ユーザー行動を把握できるように設計されおり、**4:33**などのモバイルアプリデベロッパーが望む関連性の高いユーザーに最適なタイミングでアプローチできるようになっています。

4:33の「Boxing Star（ボクシングスター）」のモバイルUAキャンペーンは、iOSとAndroidで韓国とUS（米国）の両方で開始し、初段階はインテントベースのターゲティングのアプローチを採用しました。既存のエンゲージメントユーザー、様々なスポーツゲームジャンルに直接関心を示したユーザーのセグメントに基づいて、類似オーディエンスをターゲティングしました。

インテントは、セッションデータからユーザーの位置やアプリの使用頻度などの時間に関連するディメンションと組み合わせて、インテントの高いユーザーに入札するだけでなく、新しいゲームに興味を持つ最も適切なタイミングでユーザーにアプローチしました。

インテントベースのターゲティングにより、インストールを獲得しIPM（インプレッション・パー・ミル）を高め、入札を増やしボリュームを上げることに繋がりました。

その後、機械学習モデルは、価値の高いユーザーのパターンを徐々に学習しました。インストールした日に課金したユーザーは、全体のユーザーと比較しレベニューは上位の20%を占めることが分かり、課金する類似のユーザーをターゲットにすることができました。最終的には、目標のKPIを上回りました。

4:33 CREATIVE LAB

BOXING STAR

AVAILABLE FOR:

Persona.lyチームは、迅速なフィードバックとキャンペーンのパフォーマンスに関して満足のいくパフォーマンスを出してくれました。また、米国展開したBoxing Starでも良いパフォーマンスを出せたことに満足しています。さらに、Persona.lyの管理画面はシンプルでトラッキングがとても簡単です。

- Juhan Lee, Marketing Creative Division / Director @ 4:33

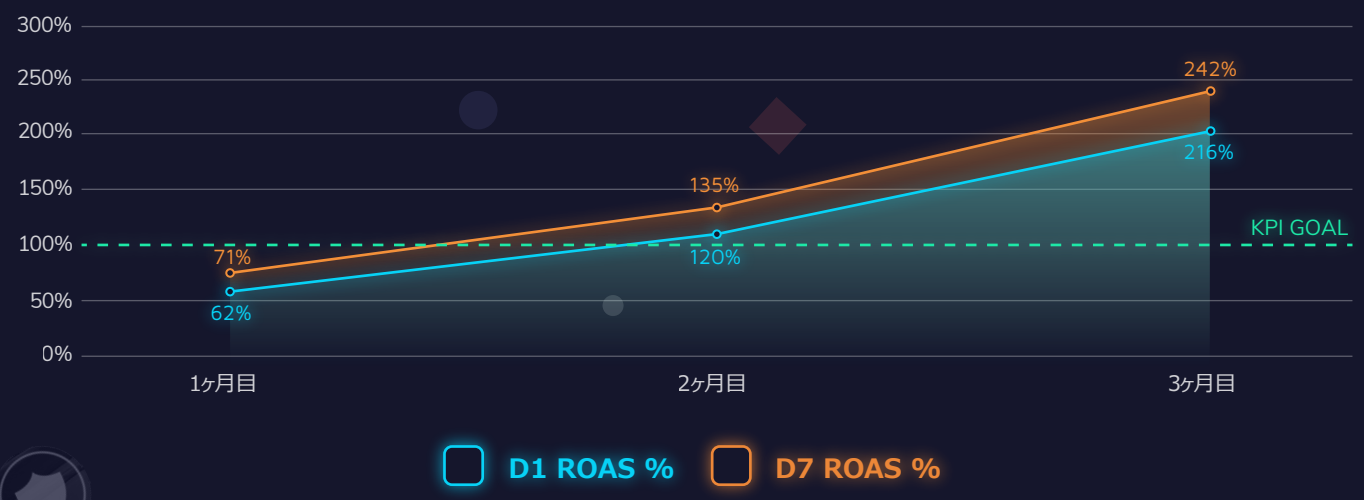
Persona.ly

2021年1月

結果

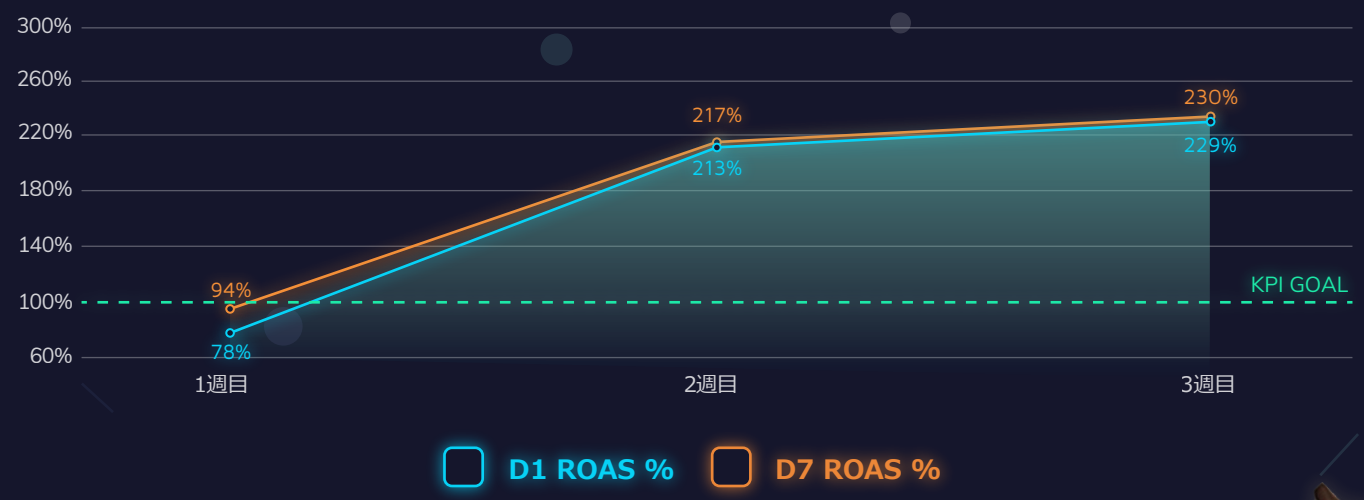
US ROAS

Android版のUS（米国）キャンペーンでは、案件開始初月は調査期間になり、2ヶ月目で目標ROASを大幅に上回り達成しました。



KR ROAS

Android版韓国でのキャンペーンでは、相互学習手法を実装した後、２週目にKPIを達成し、KPIパフォーマンスを維持することができました。



Persona.lyのチームとの4:33の積極的な協力のお陰で、4:33の短期および長期のKPIの達成が可能になりました。両社はゲームコンテンツプランとキャンペーンプランを共有し、キャンペーンの予期せぬ変更への対応を容易にしました。

- Ryu Myong, Head of APAC @ Persona.ly