

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。

Animoca Brands企業概要

Animoca Brandsは、ブロックチェーンのゲーム開発及びパブリッシャー事業をグローバル展開しており、香港、アメリカ、韓国、フィンランド、アルゼンチン、チェコにオフィス構えています。**Animoca Brands**は、デジタルエンターテインメント分野をリードする企業で、ブロックチェーン、ゲーミフィケーション、AIテクノロジーに特化し、モバイルに関連する幅広いプロダクトを運営しています。

主要アプリは、The Sandbox、Crazy Kings、防衛ヒーロー物語等があります。また、同社はFormula 1®、Marvel、ガーフィールド、スヌーピー、きかんしゃトーマス、パワーレンジャー、MotoGP、ドラえもん等の知的財産に基づいたモバイルゲームも開発しています。

キャンペーン目標

キャンペーン目標は、**Animoca Brands**のアプリの中でも人気の高い防衛ヒーロー物語の課金性高いユーザーを日本で獲得し、目標ROASを達成することを掲げていました。

プロセス

弊社独自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（クエリ数/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、効果的に案件を運用します。

このインフラストラクチャは、配信面をすべて開示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ており、スマホゲームの広告主が望む関連性の高いユーザーを最短距離で獲得することを実現しています。

防衛ヒーロー物語のiOSキャンペーンは、4月に開始になりました。最初のアプローチは、intentベースのターゲティングでした。タワーディフェンス、ストラテジー、カードゲーム等、関連ジャンルのゲームに興味関心の高いユーザーをターゲティングしました。これにより、通常のDay1リテンション率を大幅に上回るユーザーを獲得することに繋がりました。

次のステップは、インストールした日に課金したユーザーの機械学習を徐々に進めていきました。これにより、課金ユーザーをターゲティングできるようになり、最終的には目標ROASを上回る結果となりました。また、45日後の目標ROASも達成しました。

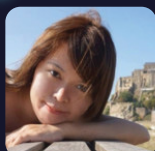
animoca
BRANDS

CRAZY
DEFENSE
HEROES

AVAILABLE FOR:



45日後の目標ROASも達成



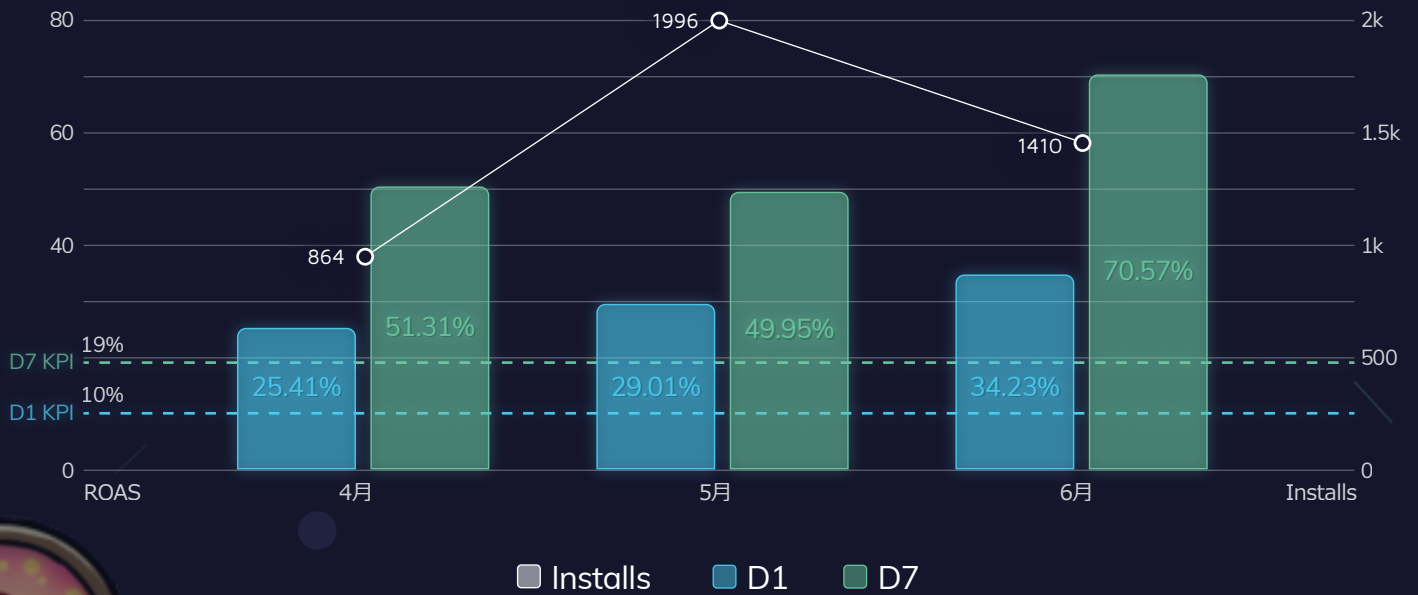
Persona.lyチームとの取り組みは、有意義な経験になりました。彼らは、目標を達成するためにディスカッションを繰り返し、キャンペーンのプロセスを共有してくれました。キャンペーン中、彼らは目標ROASを超えるようにパフォーマンスのよくなる最適化をつねに行ってくれました。

- Cindy Kong, Senior Product Associate @ Animoca Brands





防衛ヒーロー物語 iOS / JP: 2020年4月~6月



Animoca Brandsのチームは、とても協力的で透明性の高いパートナーシップを組むことができました。競争の激しい日本市場で目標ROASを達成するための必要なすべてのデータを提供してくれたことが成功につながりました。

- Maor Kreichman, VP, Strategic Partnerships @ Persona.ly

