

ケーススタディ: OPENWRAP SDK 中国の大手モバイルゲーム開発会社がPUBMATICの OPENWRAP SDKでアプリ内バナー収益を増加

パズルやワードゲームに特化した、中国のモバイルカジュアルゲームの大手開発会社である、このモバイルアプリ開発企業は、世界に4,000万人以上の顧客を獲得しています。

課題

適切なアプリ内収益化ソリューションを選択することで、デマンドを拡大し、アプリのユーザー体験を向上させることができます。メディエーションプラットフォームは、多くのアドネットワークを単一のSDKに統合する手段として、多くのアプリ開発者に支持されています。メディエーションプラットフォームは、さまざまなデマンドソースからの過去のCPMを比較し、これらのデマンドソースを順次「ウォーターフォール」型に設定します。

このモバイルゲーム開発会社では、当初、パフォーマンスキャンペーンのみを実行するデマンドソースに接続された、著名なプロプライエタリー・ブラックボックス・メディエーションソリューションに依存していました。その結果、バナーインベントリのパフォーマンスが低下し、eCPMおよびフィルレートが低くなっていました。カジュアルゲームの開発を手がけるこの会社にとって、バナー広告を効果的に収益化することは非常に重要です。そこで、PubMaticにアプローチし、バナー広告インベントリをグローバルブランドの広告費向けに開放する検討を行いました。

数字で見る実績

PubMaticのOpenWrap SDKを既存のメディエーションソリューションに統合することで、このモバイルゲーム開発会社はバナー在庫をグローバルなブランド広告費に開放し、eCPM、フィルレート、ユーザーあたりの平均収益 (ARPU) *を大幅に向上させることに成功しました。

14%

1日の平均eCPMの上昇率¹

10.6%

1日の平均フィルレートの上昇率²

16.4%

1日の平均ARPUの上昇率³

* 2021年8月から9月までのデータに基づく

¹ OpenWrap SDK導入前と導入後のオープンマーケットプレイスでマニタイズされたディスプレイバナー広告ユニットの1日の平均eCPMの比較

² OpenWrap SDK導入前と導入後の1日の平均フィルレートの比較

³ OpenWrap SDK導入前と導入後のユーザー1人あたりの1日の平均収益の比較