

ケーススタディ: OPENWRAP SDK

## 大手カジュアルゲーム開発会社 LEARNINGS が PUBMATIC で収益を40%増加

2016年設立のLearningsは、中国の大手モバイルゲームパブリッシャーの1つです。カジュアルゲームに重点を置いているLearningsは、世界中で月間7,000万人を超えるアクティブユーザーを抱えています。

### 課題

塗り絵、パズル、ソリティアなどのカジュアルゲームは、一般的なコアゲームよりもアプリ内購入のアイテムが少なく、ユーザーの基盤も異なります。したがって、アプリ内広告はカジュアルゲームの開発者にとって重要な収益源であり、バナー広告がプログラマティックインベントリの大部分を占めています。

Learningsは独自の社内メディアエーションプラットフォームを保有しており、パフォーマンス広告に特化した様々なアドネットワークやアドエクスチェンジと連携してきました。しかし、パフォーマンス広告キャンペーンは主要ブランドの広告キャンペーンとは異なり、主要なイベントや休日に広告支出を調整することはほとんどないことが分かりました。これはLearningsが潜在的な収益を逃していることを意味しました。

広告のピークシーズンにアプリ内収益を向上させる方法を模索するために、LearningsはPubMaticに支援を求めました。

### 数字で見る実績

PubMaticのOpenWrap SDKを社内のメディアエーションプラットフォームに統合することにより、Learningsでは、2021年の最終四半期のショッピングシーズン中に、バナー広告インベントリからのeCPMとユーザーあたりの収益の両方が大幅に向上しました\*。

40%  
eCPM 上昇<sup>1</sup>

30%  
ARPU 上昇<sup>2</sup>

\*Q4, 2021 内部データ

<sup>1</sup> OpenWrap SDKの導入前と導入後の、オープンマーケットプレイスで収益化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 基準

<sup>2</sup> OpenWrap SDKの導入前と導入後のユーザーあたりの1日の平均収益

### ソリューション: OPENWRAP SDK

PubMaticのPrebidベースのOpenWrap SDKは、主要なアドエクスチェンジやDSPを含む150以上の需要パートナーをシームレスに統合し、パブリッシャーにエンタープライズレベルの分析を活用する機会を提供します。

PubMaticの主要なデマンドパートナーとの戦略的なパートナーシップおよび顧客中心のソリューションを利用して、LearningsはPMP取引やオークションパッケージを通じて世界有数の大手ブランドを含む高付加価値ブランドからプレミアム広告費へのアクセスを獲得しました。

OpenWrap SDKを活用することで、Learningsはオープンマーケットプレイスを介して複数の需要ソースへのアクセスも強化しました。小売業やFMCGの広告主は、より高い予算で広告キャンペーンを実施しているため、これにより追加の収益が得られました。

“ PubMaticのOpenWrap SDKにより、ブランド支出を獲得し、バナーインベントリの収益化パフォーマンスを向上させるのに役立ちました。現地市場で経験豊富な専門チームを持つPubMaticは、当社のビジネスを深く理解し、エンドツーエンドのサポートを提供しています。私たちは重要な収益化パートナーとしてPubMaticを信頼しています。

KAREN WANG 氏  
収益化 総括  
LEARNINGS

”