

PubMatic + dwango

ケーススタディ: OPENWRAP SDK

PUBMATICの導入により ドワンゴのCPMが27%向上

ドワンゴは1997年に設立された日本を代表するIT企業です。ドワンゴが運営する動画コミュニティサービス「ニコニコ動画」は、約9,606万人の登録会員数を抱え、UGCを中心とした投稿動画にコメントをつけて楽しめるプラットフォームです。

課題

ドワンゴにとって、サブスクリプション、アプリ内課金、アプリ内広告がマネタイズの3本柱であり、中でもアプリ内広告はトラフィックを収益に変える重要なアプローチを担っています。しかし、メディアエーションの限界により広告収益は頭打ちとなり、また市場の停滞によりeCPMも低下する事態となりました。そのため、現在のメディアエーションだけでなく、透明性とコントロール性を持ってブランド広告に広くアクセスできるプログラマティック・ソリューションを求めていました。他のソリューション、すなわち代替IDソリューションやファーストパーティデータへの適応の可能性を考慮する際にはテクノロジーの柔軟性も重要視していました。

ソリューション

比較やテストの結果、PubMaticのOpenWrap SDKを導入することが問題の解決策となりました。OpenWrap SDKではプレビッドをベースとし、軽量化されたSDKで現在のメディアエーションプラットフォームや他のソリューションにシームレスに統合することができます。OpenWrap SDKにより、パブリッシャーは150以上のデマンドパートナーにアクセスすることができ、デマンドリソースを大幅に拡大することができます。パブリッシャーは、SDK、アプリ、アプリストアの承認に変更を加えることなく、クラウドベースのUIで収益を最適化し、デマンドパートナーを管理する方法について新たな洞察を得ることができます。

Open Measurement SDKがあらかじめ統合されていること、バイヤーとの優先取引契約、透明性の高いオークションなどにより、PubMaticはパブリッシャーに対してプレミアム・ブランドの買付をもたらし、収益の増加を実現します。

テストと統合期間を通じて、ドワンゴはPubMaticチームのプロ意識と効率性に感銘を受けました。PubMaticのマネタイズエキスパートからなる専門チームを持つことで、広告マネタイズにかかるリソースを大幅に削減し、リソースを製品改善とユーザーエクスペリエンスに割り当てることができました。

数字で見る成果

PubMaticのOpenWrap SDKを現在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で、ドワンゴはeCPMと収益の両方を大幅に増加させることを実現しました。

27%

全体 CPM
上昇

11%

全体収益
上昇

17%

プログラマティック
領域 eCPM 上昇

14%

プログラマティック
領域 収益 上昇

出展: OpenWrap SDK 統合前後3週間のドワンゴのデータ

“ PubMaticのOpenWrapSDKにより低迷していたアプリの収益は大幅に向上しました。また、サポート面においても実装における不明点もクイックに対応いただきスムーズに導入することが出来ました。PubMaticのスタッフからの親身なサポートに感謝しております。 ”

岩間 拓也
メディア事業部
アドテクノロジーセクション
DWANGO