

Activate

コントロール可能な動画とCTV 直接購入の未来

オープンインターネットでの動画購入における新時代のための、より効率的なサプライチェーン

動画および CTV のサプライチェーンを、Activate で革新させましょう。メディア購入戦略を管理できるエンドツーエンドの SPO ソリューションを使用して、すべての動画キャンペーンでプログラマティックの効率性と透明性を実現します。広告主とパブリッシャーは自動化とリアルタイム最適化、そして Direct IO の品質とコントロールを両立させることが可能となります。

Activate を使用すると、バイヤーはより少ないステップで PubMatic のプレミアム動画インベントリに対するダイレクトディールを実行し、直接ビジネスをシームレスに移行させ、より良い可視性と強力なキャンペーンパフォーマンスを実現できます。

広告主の成功を促進



動画への投資をより細かく制御

サプライ源に直結したアクティベーションプラットフォームにより、代理店と広告主は投資をより効果的にコントロールでき、SPO 取引のメリットを最大限に引き出すことが可能となります。



少ないステップで効率化を実現

サプライソースで直接 PG 取引を設定し実行できる単一のプラットフォームにより、手数料を削減させメディア予算を増加させます。メディア予算の増加は、より良いパフォーマンスを意味します。



セルサイドのアクティベーションメリットを活用

入札率、非ゼロの入札受領数、落札されなかった入札数、入札勝率などのセルサイドの取引パフォーマンス指標にアクセスすることで、広告主はどの程度の頻度で落札しているのか、どこに改善の余地があるのかを理解するのに役立ちます。



持続可能で責任あるメディアサプライチェーンを構築

テクノロジーの層が一つであることは、標準的なプログラマティックサプライチェーンよりも炭素排出量を減らすことを意味します。このモデルを採用することで、バイヤーは炭素排出量の削減を目指し、ポジティブな変化に貢献しながら KPI を達成することができます。

お問い合わせ先:

jp@pubmatic.com

全世界: 18 オフィス、12 データセンター

創立: 2006 年、Nasdaq: PUBM

社員数: 875+

“

PubMatic は、日本における効率的かつ透明性の高い CTV 広告サプライチェーンの構築において、当社にとって重要なパートナーです。Activate の市場投入に伴い、私たちはプログラマティックエコシステムでのさらなる成功を推進するために協力できることに興奮しています。

”

土屋 尚氏

技術局 デジタルメディア技術部 副部長
フジテレビジョン