

**プラットフォーム・ワンが提供する DSP「MarketOne®」、
リターゲティングの運用支援機能として
「オプティマルセグメンテーション」の提供を開始**

株式会社プラットフォーム・ワン(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:秋葉典秀、以下 P1)の提供するDSP:MarketOne®は、リターゲティングセグメントの自動最適化機能「オプティマル※セグメンテーション」の提供を開始したことをお知らせいたします。

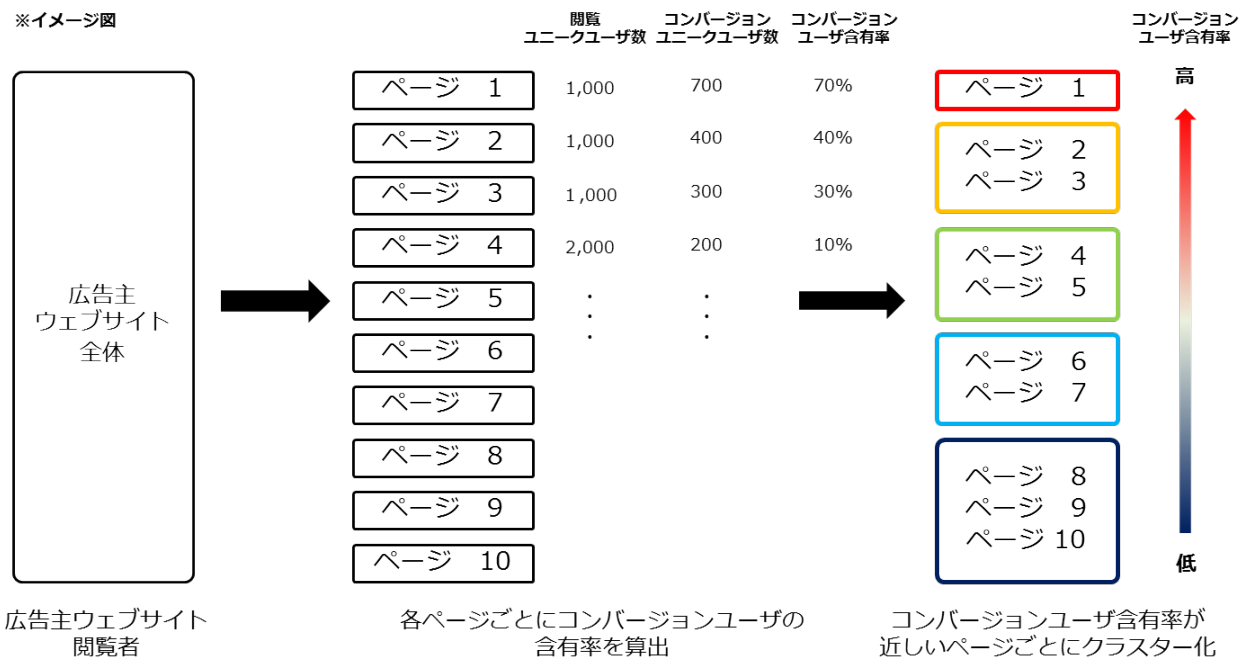
※オプティマル:最適な、最善の

「オプティマルセグメンテーション」の概要

本機能は、広告主ウェブサイトの各ページに対して、閲覧ユーザ数に対するコンバージョンユーザ数の割合(以下、コンバージョンユーザ含有率)を算出し、この値の近さによって自動的に5つのクラスターに分類します。MarketOne®の運用担当者は分類されたクラスターからユーザセグメントを作成し、MarketOne®の広告配信に使用することができます。

コンバージョン効率を重視する案件では、一度ウェブサイトには訪問したことがあるユーザに対し広告を配信するリターゲティング配信が多く用いられますが、本機能を活用することでリターゲティングユーザの中でもさらにコンバージョン見込みの高いユーザに対して確実に配信ができるようになります。

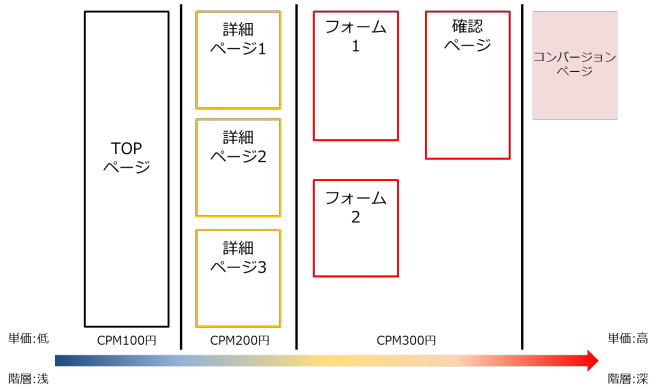
※イメージ図



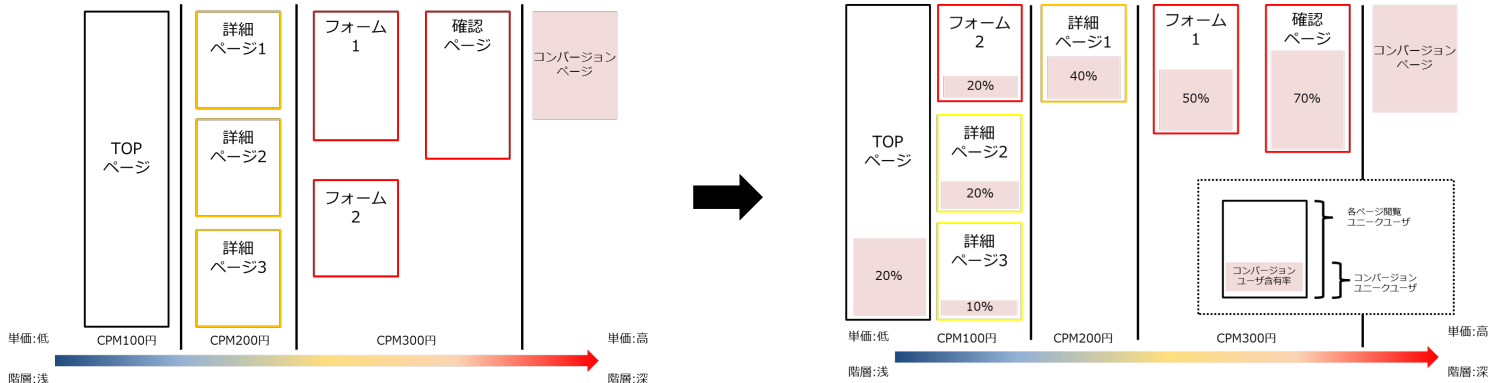
「ページ階層別」ではなく「コンバージョンする確率」でのユーザの分類が可能に

従来のリターゲティング配信では一般的に、広告主ウェブサイトのページ階層別にユーザ进行分类し、より深いページ階層のユーザへの広告配信を行うよう推奨されてまいりました。しかし、閲覧しているページ階層の深さが必ずしもコンバージョンする確率と関連しているとは限りません。オプティマルセグメンテーションによってコンバージョンユーザ含有率をベースにセグメントを自動で分割することができます。

従来のリターゲティング(ページ階層)



オプティマルセグメンテーション(コンバージョンユーザ含有率)



初動の効果改善につながる

従来のDSPでは配信実績を参照し、ユーザの分類方法を模索しながら、効果改善を図ってまいりましたが、本機能を活用することで配信前の段階から適切にユーザ进行分类することができます。これによりDSPの課題である「初動の効果改善」につなげることができます。

設定・運用工数の削減

本機能はMarketOne®タグを広告主ウェブサイトを設置するだけで、自動的にユーザ进行分类いたします。これにより、これまでリターゲティング配信を実施する際に運用担当者の負担となっていた、各ページの登録、セグメント作成・連携といった運用工数を大幅に削減し、業務の効率化を実現します。

今後の展開

今後は閲覧ページでのユーザの分類に加え、広告主ウェブサイト内の滞在時間・最終訪問からの経過時間・訪問回数・ページビュー数・コンバージョン回数といった分類軸も追加する予定です。これにより、広告主ウェブサイト訪問者をより詳細に分析できるようになります。さらには、その分析結果を元に、その他の広告出稿のプランニングにもご活用いただくと想定しております。

P1は、広告主・広告会社及び媒体社の多様なニーズに迅速かつ正確に応えるため、「MarketOne®」・「YIELD ONE®」によるRTB取引サービスをはじめ、最先端のテクノロジーを今後とも提供し、社会へ貢献してまいります。

なお、P1では、継続的に事業を拡大し、新規事業の開発をより一層加速していくために、一緒に働く仲間の募集をしています。

募集要項の詳細につきましては、弊社HPよりご確認くださいませ。

<http://www.platform-one.co.jp/careers.html>

<会社概要>

■ 株式会社プラットフォーム・ワン

代 表 者 : 代表取締役社長 秋葉 典秀

本社所在地 : 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 YGPタワー34F

設 立 : 2011年2月

事 業 内 容 : インターネット広告取引基盤の開発・運営等

URL : <http://www.platform-one.co.jp/>

本件についてのお問い合わせ先

株式会社プラットフォーム・ワン: Tel 03-5421-8211 e-mail info@platform-one.co.jp