

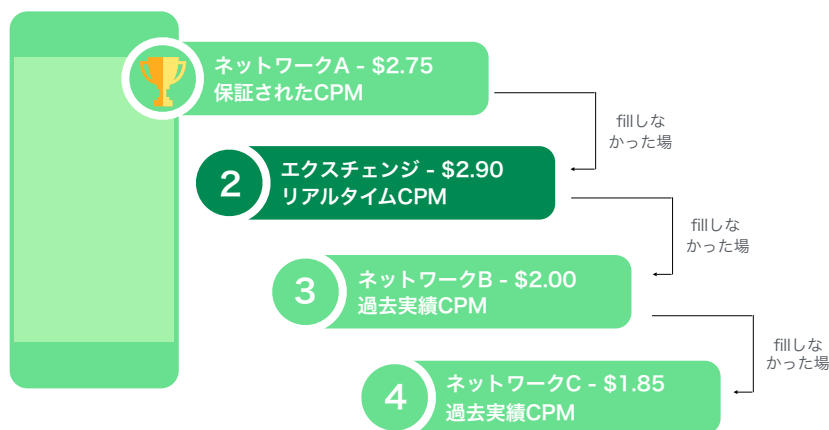
MoPubアドバンストビディング

ヘッダービディングのメリットをモバイルアプリのエコシステムにもたらしめます

MoPubにおけるアドバンストビディングの導入は、モバイルアプリ環境でのヘッダービディングの認識を全く変えるものです。このアプローチにより、MoPubのメディエーションプラットフォームにつながるアドエクスチェンジとアドネットワークのバイヤー間で、統合されたオークションでリアルタイムに競合できるようになり、収益を向上させます。MoPubにより、アドネットワークのメディエーションとリアルタイム入札を組み合わせることで実質的な収益の増加をもたらすことが証明されました。アドバンストビディングはこうしたメカニズムの実証に基づいて設計されています。

仕組みと重要性について

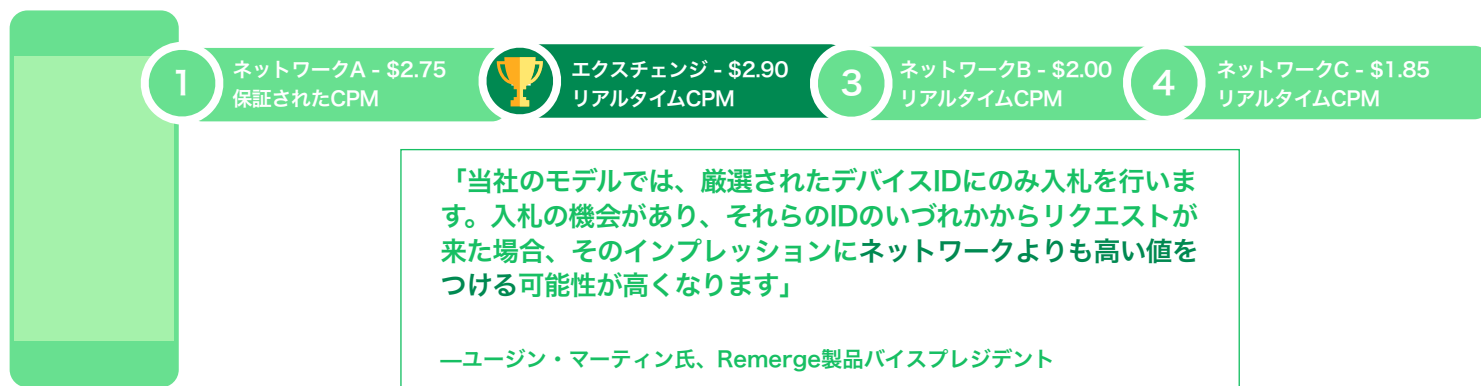
これまで在庫に対してデマンドパートナー間の競争を可能にすることは、パブリッシャーの収益を高める効果的な戦略だと証明されてきました。ウォーターフォールはこれを前提に設計されており、バイヤーがリアルタイムで入札するアドエクスチェンジと弊社のメディエーションウォーターフォール経由で管理されているアドネットワークとで競合しています。しかし、これには固有の欠点があります。



ウォーターフォールの欠点

- ・ **収益の機会損失** - 1番高値をつけたバイヤーであってもインプレッションを勝ち得ないことがあります
- ・ **レイテンシ** - オークションがfillしなかった場合、一連のウォーターフォールの各段階でレイテンシが増え、全体の在庫が減ることがあります
- ・ **不正確** - 過去実績CPMではアドネットワークによるインプレッションの本来の価格を正確に反映できません
- ・ **複雑** - パブリッシャーが各プライオリティーを設定し、過去実績CPMが正確なものであることを確認する必要があります

ウォーターフォールを一律にするアドバンストビディング機能により、アドネットワークやアドエクスチェンジのバイヤーは、各インプレッションを公正に見てリアルタイムで入札できるようになります。その結果、生産的なオークションと効率的なマーケットプレイスが実現します。



ヘッダービディングのメリットを モバイルアプリのエコシステムにもたらしめます



リアルタイムに競合させることで収益が向上

多くのデマンドパートナー間でインプレッションごとの競合を可能にすることで、収益が向上します。アドバンストビディングでは、オークションに勝利するデマンドパートナーが、ウォーターフォールの中で最高位にいるというだけでなく、最高額入札者であることも保証します。リワード動画やネイティブ広告など、当社のプラットフォームに対応するあらゆる広告フォーマットに適用されます。



ポテンシャルバイヤーにも在庫を開放

アドバンストビディングを利用しない場合、MoPubでは約10-30%のアドリクエストがアドエクスチェンジから除外されます。インプレッションになる見込みのあるこれらのリクエストのほとんどは、各プライオリティーに存在するウォーターフォールのアドネットワークにアロケーションされます。ウォーターフォールを一律にするアドバンストビディングは、これまでにはできなかったアドネットワークとアドエクスチェンジのインプレッションへの同時アクセスを実現し、バイヤー各々が厳選したインプレッションに対して積極的に入札する機会を増やします。

「このソリューションを待ち望んでいました。高値で入札する機会を得て、適切なインプレッションを広告主に提供できます」

—マイケル・ミゲロ氏、
Fractional Media共同創業者



オートメーションと実践的な広告管理のバランス

アドバンストビディングでは在庫が自動的に処理され、アドネットワークの作業プロセスを簡素化できます。結果として、少ない労力で収益を増やせます。実践的なアプローチを維持したいパブリッシャーには、MoPubが強力な広告管理ツールを提供し、パブリッシャーは在庫の収益化に向けて自動制御された戦略の組み合わせを試しながら在庫マネタイズ管理をしていくことが可能になります。

MoPubチームへのお問い合わせ

詳しい情報を知りたい場合は、コンサルティング専門のMoPubチームがお手伝いします。詳細はmopubjapan@twitter.comにお問い合わせください。御社からのご連絡をお待ちしています。