

報道関係各位

2015年2月4日
Vizury Japan

デジタル CRM ソリューションの Vizury Japan 非アクティブユーザーをアクティブに、さらに課金も促進させる 「モバイルゲームアプリ・リターゲティング」を日本で開始

アジア太平洋圏のデジタルマーケティング業界をリードする、デジタル CRM ソリューションの Vizury Interactive Solutions (本社：インド、CEO：チェタン・クルカルニ、以下 Vizury) は、モバイルゲームアプリ・リターゲティングサービスの提供を日本で開始いたします。

Vizury の共同創業者で COO (最高執行責任者) のグーラブ・チンドルーは次のように述べています。

「業界トレンドによると、世界中のスマートフォンユーザーのうち、ゲームアプリのダウンロードから 30 日後も継続してそのゲームをプレーする人は 25% 未満だということが明らかになっています。

そのため、ゲーム会社はゲームユーザーに継続的に働きかけ、顧客エンゲージメントを次のステージへ導く必要があります。我々のゲーム用アプリ間のリターゲティング・ソリューションは、ゲームユーザーのオンライン行動履歴を利用し、彼らがスマートフォンやタブレット端末で他のアプリを利用する際に、最適化された個人ごとの広告を表示します。」

Vizury のゲーム用アプリ間のリターゲティングは以下 3 つの段階で機能します。

- ・ 新規ユーザー獲得
既存のゲームユーザーに対して新しいゲームアプリを宣伝することで、モバイルゲーム会社のマーケティングを支援します。
- ・ 顧客エンゲージメント
継続的にゲームをプレーしてもらうために、低頻度ユーザーや非アクティブユーザーに対して広告を表示します。
- ・ 収益化
ゲームのアクティブユーザーにアプリ内課金を促進します。

Vizury Japan 日本法人代表の富松敬一郎は次のように述べています。

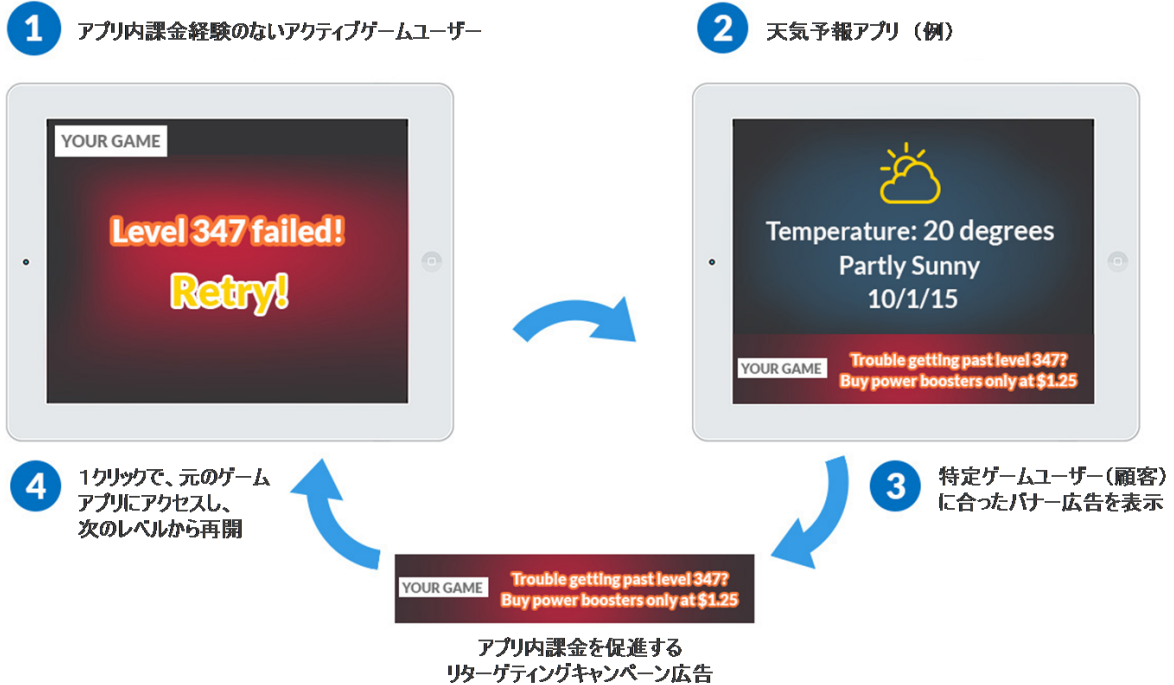
「このサービスはモバイルゲームの非アクティブユーザーをアクティブユーザーにし、さらに課金も促進させます。Vizury の行動リターゲティングは正確にターゲットユーザーを特定し、関連性があり、価値の高いユーザーに対して、ゲームに再び戻ってくるよう働きかけます。

ゲーム会社は、Vizury の幅広いモバイルパートナーネットワークによって、ゲームアプリやゲーム以外のアプリ上でターゲットユーザーにリーチ/アクセスすることができます。

事実、Vizury は中国の大手ゲーム会社を対象としたベータテストにおいて、非アクティブユーザーの 30% をアクティブ化している他、リターゲティングしたユーザーによるアプリ内課金を 20% 増加させることにも成功し、モバイルゲーム会社のマーケティングをサポートしています。

このソリューションは iOS と Android 両方のデバイスに対応。多様なニーズを持っているゲームユーザーに対して的確にリターゲティングできるため、日本のような大規模なゲーム市場に最適です。」

【Vizury のゲーム用アプリ間のリターゲティングの仕組み】



Vizury 独自の SDK は、常にゲームユーザーの行動履歴を記録します。

ディープリンクは、広告をクリックしたユーザーが興味関心のあるホームページに直接リンクし、優れたユーザー体験を提供することを保証します。

Vizury について

Vizury は、インターネットサイト内での行動履歴に基づき、最適な商品をリコメンド広告として配信することで購買を促進するデータマネジメントプラットフォームを提供しております。

2008 年にインドのバンガロールで事業を開始後、東京、デリー、北京、上海、広州、シンガポール、ジャカルタ、台北、ドバイ、ソウル、シドニー、サンパウロ、メキシコなど、アジアを中心にグローバル展開を行って参りました。

e コマース、旅行、不動産、人材、教育、金融サービスなど、600 以上の企業に対し、ソリューション提供を行っています。

2013 年度のデロイト・アジア太平洋地域 Fast500 (急成長企業) では 6 位を獲得しており、アジア初の Facebook 認定パートナー、Twitter リターゲティング・プラットフォーム・パートナーです。