

報道関係者各位

2014年9月11日
Vizury Japan

Vizury 副社長[商品開発担当]スブラ・クリシュナン
「ad:tech tokyo 2014」公式セッションにスピーカーとして登壇！
－ [SP-2]クロスデバイスにおける個人特定のジレンマ －

アジアで急成長を遂げる CRM リターゲティング広告会社の Vizury Interactive Solutions（本社：インド、CEO：チェタン・クルカルニ[Chetan Kulkarni]、以下 Vizury）は、世界最大規模のデジタルマーケティングカンファレンスであるアドテック東京 2014（ad:tech tokyo 2014）のスピーカーとして選出されましたので、お知らせいたします。

■「ad:tech」とは

アドテック（ad:tech）は、マーケティングに携わるビジネスリーダーに向けて「デジタル時代におけるマーケティングのベストプラクティス」を提供しています。全世界 11 都市で開催される世界最大級のデジタルマーケティングイベントは、全世界のマーケターの注目を集めています。カンファレンスでは厳選されたスピーカーが最先端の事例を交えながら今後の業界動向についての見解を議論。パネルディスカッションでは、すぐに使える実践法や新たなビジネスチャンスを探る討論等を行い、参加者にとって意義のある時間をご提供します。

■ad:tech tokyo 2014 開催概要

日 時：2014年9月16日(火)・17日(水)・18日(木)
会 場：東京国際フォーラム（東京都千代田区）
主 催：DMG::EVENTs/ad:tech 日本事務局
ホームページ：<http://www.adtech-tokyo.com/ja/>

■セッション詳細

カンファレンスプログラム：[SP-2] 『クロスデバイスにおける個人特定のジレンマ』

Moderator：池田将（ザ・ブリッジ co-founder）

Speaker：スブラ・クリシュナン（Vizury VP-Products）
スラッグ・パテル（41st Parameter Inc. バイス・プレジデント）

日 時：2014年9月16日(火) 16:00 ～ 16:40

内 容：デバイスをまたいだユーザーを特定することはマーケティングにおいて必須の課題である。一方で、個人情報保護に携わるリスクは大きい。ユーザープライバシーを守りつつ、いかに、より効率的なマーケティングを進めていくのか。クロスデバイスにおける個人特定のジレンマについて議論します。
（ad:tech tokyo ホームページより）

「高まる重要性、マーケティング担当者とクロスデバイス・リターゲティング」

Vizury は、ad:tech tokyo2014 にてクロスデバイス・リターゲティング戦略を進化させるための独自の見解を発表いたします。

昨今のデバイスごとに断片化されたオンライン環境下で、一貫性のある顧客の行動データは、企業のマーケティング担当者にとって顧客とのより深い関係構築に必要なものになっています。

PC デスクトップブラウザや、モバイルサイト、モバイルアプリのように複数のタッチポイントが存在することで、デジタルコンテンツはそれぞれのデバイスごとにタッチポイントが散在し、顧客データの分析は非常に複雑になっています。我々は、効果的なクロスデバイス・リターゲティング戦略の鍵は、デバイスをまたいだ顧客行動の正確な識別と分析にあると考えています。

Vizury 副社長[商品開発担当]スブラ・クリシュナン氏は次のように述べています。

「日本や中国のような巨大かつマルチスクリーンが一般的な市場では、クロスデバイス・リターゲティングは非常に重要です。広告主に包括的なデジタル CRM ソリューションを提供することは、創業時からの Vizury のビジョンであり、デバイスをまたいで顧客にリーチできることが我々のビジョンの本質です。Facebook や Twitter との業務提携は、その第一歩でした。」

Vizury は Facebook Global News Feed との提携により、広告主は PC デスクトップブラウザモバイル間でデバイスをまたいで顧客にリーチすることができます。また Vizury は、早くから Twitter のグローバルパートナーでもあります。

これらのパートナーシップに加えて、Vizury はクロスデバイスユーザーの識別技術開発により、デバイスとチャンネルにわたって振り分けられた顧客データを統合・分析を実現可能にし、顧客ごとにカスタマイズされた広告配信に欠かせないサービスとなりました。

スブラ・クリシュナン氏は次のように付け加えています。

「我々はクロスデバイス対応の初期テストに成功しました。例えば旅行やEコマースのような商品・サービスについて、情報を調べるときと購入するときでは、顧客が全く異なる行動を見せるという非常に重要な発見がありました。

これはつまり、クロスデバイス・リターゲティング技術が幅広いオーディエンスセグメンテーションに依存することが、必ずしも広告主にとって最適な広告配信につながるわけではないということです。このような理由から、デバイスごとに最適化された広告配信、クロスデバイス・リターゲティングの重要性が高まっています。」

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ビッグデータ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、北京、シドニー、サンパウロ、シンガポール、台湾、ドバイ、ソウル、東京などアジアを中心に支社を展開し、40 以上の国々でサービスを展開しています。

旅行・観光、e コマース、不動産、人材、教育、金融サービスなど、500 以上の広告主様にご満足いただいております。

2013 年度のデロイト・アジア太平洋地域 Fast500 の急成長企業部門で 6 位を獲得した Vizury は、アジア初の Facebook 認定パートナー、そしてツイッター・リターゲティング・プラットフォーム・パートナーのひとつとなっております。