

2013年8月7日

ソネット・メディア・ネットワークス株式会社

ソネット・メディア・ネットワークスの DSP 『Logicad』、
 広告主の対象ユーザー行動にあわせた「自動予算分配機能」を提供
 ～タグ情報を基に、最も効果的なゴールデンタイムに広告を配信～
<http://www.logicad.com/>

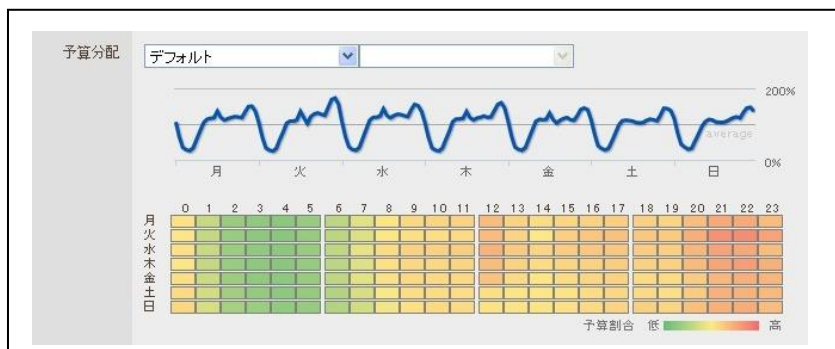
ソネット・メディア・ネットワークス株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役：穂谷野智）は、当社が運営するディスプレイ広告の配信最適化を実現する DSP（※1）『Logicad』において、「自動予算分配機能」の提供を本日8月7日より開始します。

この機能は、ユーザー行動データから、曜日・時間帯別に広告予算を配分できるものです。ユーザーの行動データは、サイトへ設置したタグ情報を基にしたもので、広告を表示したい対象ユーザーが視聴する時間帯に合わせて広告予算の配分を変動させることができます。本機能の利用により、広告主は広告毎に最も効果的な独自のゴールデンタイムを見つけ出し、効率的な広告配信が可能になります。

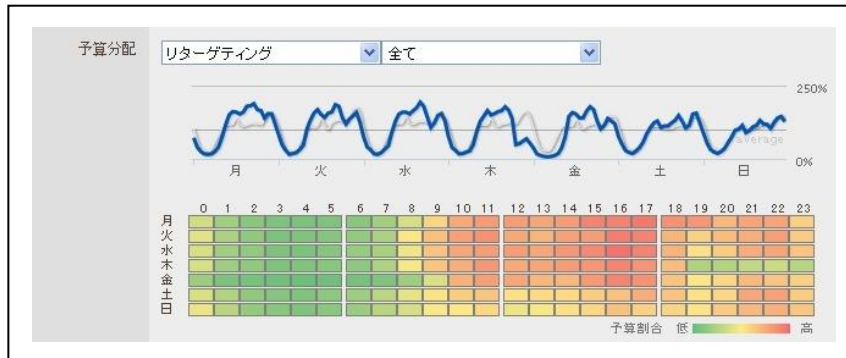
- 「自動予算分配機能」を活用しやすい広告主の業種、業態
 - ・ 曜日や時間によりユーザー行動が大きく変化するサービス形態の企業
 例 デリバリー、オンラインゲーム、BtoB 企業 など
 - ・ キャンペーンや特別スケジュールにより曜日や時間の配信をしたい企業
 例 EC ショップ、テレビ等の出稿との連動を検討する企業 など
 - ・ サイト訪問率や成約率が高い時間帯に沿った配信をしたい企業
 例 無料キャンペーンやトライアル商品の訴求 など

- 「自動予算分配機能」の配信設定管理画面と選択可能なユーザーデータ
 予算分配の分布は、独自のカスタム設定（※8月後半提供予定）を作成することも可能です。
 また設定画面はシステムで算出した数値をグラフ化することにより、分布の変化を可視化することができます。

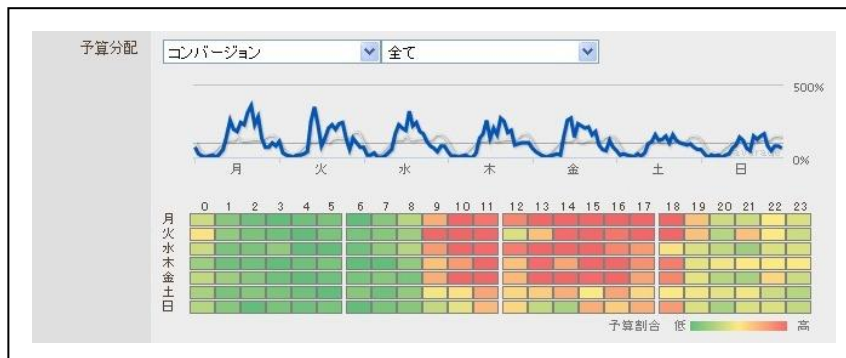
<1> デフォルト：インターネットユーザー全体の利用分布を基に予算を配分



<2> リターゲティングユーザー：リターゲティングタグの接触数を基に予算を配分



<3> コンバージョンユーザー：コンバージョンタグの接触数を基に予算を配分



<4> カスタム設定 (※8月後半提供開始予定)：自由に予算配分を設定可能



『Logicad』は“システム技術の力”と“人の力”が支えあうハイブリッド DSP です。このふたつが最大限に発揮できる状態を実現することにより、どのような環境の変化においても広告主の広告効果の最大化を支援できる広告配信プラットフォームを目指します。

ソネット・メディア・ネットワークス、『Logicad』 概要

『Logicad』は、大規模な配信ログ、オーディエンスデータを高速かつ安定的に処理することが可能なシステムインフラを備え、独自のアルゴリズムを用い、RTB（※2）にも対応した自社開発の広告配信最適化プラットフォームです。

■ 『Logicad』の主な機能

- －RTBに対応した広告配信
- －CPA 最適化配信
- －CPC 最適化配信
- －上限・下限 CPM 設定配信
- －リターゲティング配信
- －カスタマイズ配信
- －オーディエンスターゲティング配信
- －オーディエンス拡張配信
- －エリア指定（県、市、区、町、村指定）
- －ユーザーエージェント指定（OS、ブラウザ、デバイス指定）
- －配信曜日、時間帯別の調整
- －フリークエンシーコントロール
- －配信先カテゴリ指定・排除
- －配信先サイト排除
- －クリエイティブ最適化

■ 『Logicad』のRTB 接続対応先

- －『SMN SSP』（当社運営 SSP / ※3）
- －『Google DoubleClick Ad Exchange』
- －『OpenX Market Japan』
- －『YIELD ONE®』

※1 DSP（Demand Side Platform）

広告主の広告配信効果を最適化するためのプラットフォーム

※2 RTB（Real Time Bidding）

1 インプレッション毎にリアルタイムで入札が行われる形式

※3 SSP(Supply Side Platform)

媒体社の広告収益を最大化するためのプラットフォーム