

ターナー・インターナショナル 顧客向けのデジタル広告営業部（T1）を新設 クライアントのメッセージを効果的に届ける専門部門



ターナー・インターナショナルは、2018年3月16日に200カ国に広がる活動国の中で、広告主と視聴者を結びつけるための新部門、ターナー・インターナショナル・デジタル広告営業部を設立しました。

ターナー・インターナショナル・デジタル広告営業部（以下：T1（ティーワン））の新設により、ターナーのデジタル広告機能を単一の部門に結集させることで、現状の各国のデジタル・リニア広告営業およびラテンアメリカ、EMEA 地域、APAC 地域における CNN インターナショナル・コマーシャル(CNNIC)の運用を強化します。同部門は、世界中の広告主の方に効果的なデジタル広告施策をご提供することに注力します。Bleacher Report、Cartoon Network、Boomerang、CNN、ELEAGUE、TNT、TBS、Great Big Story、Esporte Interativo、そしてターナーが出資する COPA90 などを含め、エンターテインメント、キッズ、ニュース、スポーツ・デジタル・ポートフォリオといった様々な分野における視聴者とのつながりを創出する機会を提供します。

T1 は、クライアントに対し、クリエイティブ目録、膨大なデータに基づいた広告ソリューションをご用意しています。契約後、クライアントの特性に合わせて個々にカスタマイズされ、ターナー内のブランド・コンテンツ、ネイティブ広告、プロダクト・プレースメント、プリロール広告、ディスプレイ・インベントリーなどを活用した、幅広い分野でのご提案をいたします。また、複数地域横断型・特定地域特化型のどちらでもご提案することができます。こうした動きにより、モバイル、デスクトップ、およびソーシャル上で希望の視聴者に情報を届けることができます。

T1 は、アメリカ本国以外での CNN 資産を収益化する、ターナー・インターナショナルの要である CNNIC が考案したハイクオリティなデジタル戦略により生まれた部門であり、データとコンテンツ・ソリューションを組み合わせることで、CNN と世界中の広告主とのパートナーシップをより強固なものとし、このような方針のもと、T1 は CNNIC 社長のラニ・ラードが設立に携わっています。部門のメンバーは、営業、コンサルティング、オペレーションのプロフェッショナルたちで構成され、それぞれターナー・インターナショナルのリーダーシップ、テクノロジー、広告、プロダクト、編集などのチームで活躍した経歴を持ち、デジタル分野で収益最大化を模索してきた人物たちです。T1 のオペレーションを監督するロブ・ブラッドリーは、CNNIC および T1 双方におけるデジタル・コマーシャル戦略とデジタル広告営業部門の副社長を務めています。

T1を支えるのは、アドテクノロジープラットフォームです。このプラットフォームは、特定の視聴者に広範囲でリーチできるクリエイティブなデジタル広告戦略の実現を可能にします。さらに、Launchpad（ローンチパッド）など現存するターナーのソリューションも応用します。ローンチパッドは、7億5千万人におよぶターナーのグローバル SNS フォロワーデータを利用した、ソーシャル・メディア拡充ツールであり、広告主のコンテンツを特定の嗜好を持つ SNS 上の集団に広めます。

ラニ・ラードは T1 を「視聴者や広告主の方にベストなプランをご提供するために、常に新しい方法を模索して作り上げる“ワン・ターナー”の精神を具現化するもの」と表現しています。「本部門の新設によって、膨大なプレミアム・デジタル・ポートフォリオが開放され、新しい革新的なソリューションを市場にもたらすこととなります。CNNIC の成長を後押ししてきたマルチ・プラットフォーム戦略を元に、私たちは我々と一緒に新たなコンテンツを作り上げることに前向きな企業様と、これまでになかったパートナーシップを築きあげていくことを楽しみにしております。」

ターナー・インターナショナルについて

ターナー・インターナショナルは、CNN、TNT、Cartoon Network、Boomerang、TCM Turner Classic Movies といったターナーの中心的なブランドに加え、ラテンアメリカ、ヨーロッパ、中東、アフリカおよびアジア太平洋などに位置する国々や地域におけるネットワークおよび事業を運営しております。同社は、有料・無料の TV チャンネル事業やインターネットベースのサービスなどを運営すると同時に、多様な第三者メディア・ベンチャーとのコマーシャル・パートナーシップを監督しております。ターナー・インターナショナルは、ワーナー・ブラザーズおよび HBO とチームを組み、タイム・ワーナーの世界的なリーチを活用しております。ターナーは 200 以上の国々において、180 以上のチャンネルを通じて、46 ものブランドを 34 の言語で発信しております。ターナー・インターナショナルは、タイム・ワーナーのグループ会社です。