

サクセスストーリー

ヘルスケアアプリ 「Cashwalk」が Vungleの動画広告により 1日あたり3,000ドルの 広告収入を実現

クライアント cashwalk

Cashwalkは、簡単なウォーキング運動を奨励し慢性疾患を予防するために2017年にスタートしたヘルスケアアプリです。エクササイズのコツや習慣に合わせた分析をユーザーに提供する点ではほかのエクササイズアプリと同じですが、Cashwalkはアプリをインストールさえすれば歩くだけで現金が簡単に貯まるというインセンティブを与え、ユーザーのウォーキングにおける目標達成を手助けしています。

チャレンジ

Cashwalkは、これまでの独自のバナー広告によるアプローチを超えた、新しい収益化戦略を模索していました。また、収益化に動画広告を組み込んだことがなかった同社は、ユーザーに新しいインセンティブ、つまりゲーム広告のパートナーにアクセスすることを検討していました。



「新たな収益化モデルを必要としていた中、Vungleと密に協力して当社がこれまで考えたことのなかった戦略として、シームレスな動画によるアプローチを展開しました。収益は上がり、Vungleとのコラボは間違いなく今後も継続するつもりです。」

SeHeung Oh, Product Manager

ソリューション

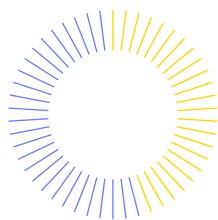
VungleがCashwalkを成功に導いた3つの収益化戦略：

- 1 ユーザーの歩数測定や報酬獲得に干渉しない、ルーレットを回すミニゲーム型の動画広告を提案。動画広告ソリューションの成功が、Cashwalkへの関心の高まりを裏付けることとなりました。
- 2 次に、Vungleのネットワーク上でアプリを公開。Cashwalkはすぐに、ゲーム以外の企業に自分たちのゲームアプリをプロモしたい広告パートナーのネットワークにアクセスできるようになりました。
- 3 最終的に、Androidの強固な足がかりを利用し、VungleはCashwalkが韓国のiOS市場にリーチを拡げるための機会を提供しました。

成果

Cashwalkは、動画広告以外の広告収益戦略をいくつか試みました。Vungleの動画技術を統合するシームレスなアプローチは、アプリユーザーにとってよりバランスの取れたソリューションとなり、広告収入による増益は1日あたり最大3,000ドルを達成しました。

Vungleのネットワークを活用することで、ゲーム以外のパブリッシャーにも興味を持つゲーム広告主にも、Cashwalkは即座にアクセスが可能に。これは両者にとってWin-Winの施策となり、また、iOSの拡張によりCashwalkは30%増のユーザーリーチを達成しました。



カスタマイズの動画広告で
1日当たり2,000～3,000ド
ルの売上増を達成



iOSの拡張後、Cashwalkの
ユーザーリーチは30%増加