

サクセスストーリー

TikTok, VungleのPlayable+ 広告フォーマットを活用、 IPM 95%増を達成



ソリューション

クライアント TikTok

世界中で大人気のソーシャルビデオプラットフォーム、TikTok。ミレニアル世代を中心に、毎月5億人を超えるグローバルのユーザーを魅了しています。このアプリケーションは、広告市場に大きな影響を与え、広告インプレッションを生み出す原動力となりました。

チャレンジ

全ての広告主はコストを抑えながらより良いユーザーを獲得したいと思っています。VungleはTikTokでの広告配信において、広告主が自社では作ることのできない、Vungleだけが提供できる上質な広告フォーマット「Playable+」を提案、最高のコンバージョンをお届けしました。TikTokは、頻繁な広告の差し替えと、常に斬新であることを求める非常に厳しいブランディングポリシーを持っています。その期待に応えるため、弊社クリエイティブを担当するCreative Lab (VCL) は、ユニークで高品質なフォーマットを用い、新規ユーザーを驚異的なペースで惹きつける手段を構築しました。

VCLは、プレイアブルの要素があり、Call To Action (CTA)で締めくくる高品質な動画を提供するPlayable+により、TikTokに向けキャンペーンを実施。

クリエイティブな要素と融合する高品質な動画を作成。TikTokが掲げるブランディングポリシーのガイドライン沿って、TikTokらしさを表すスタイルづくりをサポート。TikTokのトレンドクリップを盛り込む動画の作成に取り組みました。

 **95%**
Playable+により
IPM 向上

VCLは、手作業の軽減、大規模キャンペーンの最適化、またTikTokのクリエイティブポリシーを順守するため、プレイアブル動画のテンプレートを作成。同時に、TikTokより求められたクリエイティブの必要条件を守りつつ、斬新で魅力的なコンテンツを提供するため、同社と定期的なワークショップを開催。