

성공 스토리

하이퍼 캐주얼 게임 'Save them all' 빙글 광고 수익화로 eCPM 166% 향상

고객 TOKYO TSUSHIN

Tokyo Tsushin은 일본에서 다운로드 1위를 차지하고 있는 게임 퍼블리셔로 (출처: 앱애니), 임직원 평균 나이 34세의 젊은 기업입니다. 일본 도쿄에 본사를 두고 있으며 2015년에 후루야 유키씨에 의해 설립되었습니다. 게임 제작 외에도, 새로운 애플리케이션과 서비스를 통해 사람들을 행복하게 하는 방법을 찾기 위해 "디지털 웰빙" 정책을 만들었습니다.

현황

Tokyo Tsushin은 신규 하이퍼 캐주얼 게임 "Save them all"의 수익화 모델로 인앱 광고를 채택했습니다. 인앱결제가 많이 발생하는 미드/하드코어 모바일 게임과 달리, 하이퍼 캐주얼 게임은 일반적으로 많은 DAU와 다양한 사용자 기반을 갖고 있지만, 평균 라이프 사이클은 대체로 짧습니다.

이에 Tokyo Tsushin은 대형 하이퍼 캐주얼 게임의 인앱 광고 수익화 성공사례를 다수 보유한 빙글을 광고 플랫폼으로 선정했습니다.

“인앱 수익화 초기부터 현재까지의 퍼포먼스를 비교해보면, 빙글과의 협업을 통해 eCPM이 166% 상승했습니다. 성공적인 하이퍼 캐주얼 게임의 수익화 사례를 만들게 되어 기쁘게 생각하며, 빙글은 앞으로도 우리에게 둘도 없는 파트너일 것입니다.”

Yuta Tsushiya
Internet Media Business Leader,
Tokyo Tsushin

솔루션 및 전략

"Save them all"과 같은 하이퍼 캐주얼 게임의 광고 수익을 늘리기 위해서는 높은 fill rate으로 광고를 제공하고, 캠페인 및 플레이스먼트를 최적화할 수 있는 모바일 광고 플랫폼을 사용하는 것이 필수입니다.

벵글 일본 수익화팀은 광고 인벤토리의 가치를 높이고 양질의 광고를 더 많이 서빙하기 위해 Flat CPM 설정을 제안했습니다. 양사는 긴밀한 협력을 통해, 여러 형태의 인터스티셜 동영상 광고 및 리워드 동영상 광고 플레이스먼트를 기획했고, 각 플레이스먼트마다 Flat CPM 값을 설정하여 높은 CPM 광고를 우선 송출하도록 했습니다.

또한 퍼포먼스 데이터를 기반으로 Flat CPM 값을 유연하게 조정함으로써 벵글 다이렉트 광고뿐만 아니라 최적화된 써드파티 프로그래매틱 광고 물량도 제공하여 우수한 eCPM을 달성했습니다.

결과

벵글을 통해 "Save them all"은 최고 \$28 eCPM을 달성했고, 현재도 eCPM \$20 이상을 꾸준히 유지하고 있습니다. 대체로 라이프 사이클이 짧은 하이퍼 캐주얼 게임 장르의 한계를 극복하며, 2020년 말 게임 출시부터 지금까지 벵글 모바일 광고 플랫폼을 통해 세계 유수의 광고 캠페인을 송출하며 높은 인앱 광고 수익을 획득하면서도 고품질의 사용자 경험을 유지하고 있습니다.

