

各位

株式会社 Gunosy

Gunosy、機械学習を活用した入札機能「UOP」をリリース

～ 広告配信の効率を最大化 ～

当社は10月1日（火）より、当社が提供する広告プロダクト「Gunosy Ads」において、機械学習を活用した入札機能「UOP」(User Optimized Pricing、以下「UOP」)をリリースいたします。「UOP」は機械学習を活用したユーザー毎に最適な入札を行うことで、広告配信の効率を最大化する機能です。

■ 「UOP」概要

ユーザーごとの行動や広告の特徴、およびクリックやコンバージョンなど多様なデータを考慮し、効率的な入札単価を決定する自動入札機能です。これまで Gunosy Ads では、ユーザーの趣味嗜好にあわせた10の「興味関心クラスタ」をもとに「CPC Optimizer - Adjust CPA」「APP Optimizer」という形で、目標CPA(顧客獲得単価)に見合うクラスタ単位の入札価格を基に自動最適化する機能を採用していましたが、機械学習を活用した入札価格計算アルゴリズムでより詳細にユーザー単位の入札をすることにより、大幅な効果改善を実現いたしました。

■ 「UOP」導入メリット

1. 広告効果の改善

ユーザー毎にCVRを予測する機械学習の精度の高い入札によりCVRが平均60%上昇しました。β版として100件の導入のうち、83%の案件でCPAが改善いたしました。旧ロジックで広告効果の合わなかった案件でも成果がでております。

β版導入平均実績

- ・ CPA改善率：83%(100キャンペーン中)
- ・ CVR：60%上昇
- ・ CV数：113%増加

2. 運用コストの削減

入札の工数が軽減されることでインフィールドフォーマットで広告効果に影響の大きいクリエイティブに

より注力できる環境の提供が可能になりました。β版導入されたクライアント様の中には運用コストが導入前より大幅に軽減し、クリエイティブ PDCA をより高速にまわすことで全体の効果改善を実現した事例がございます。

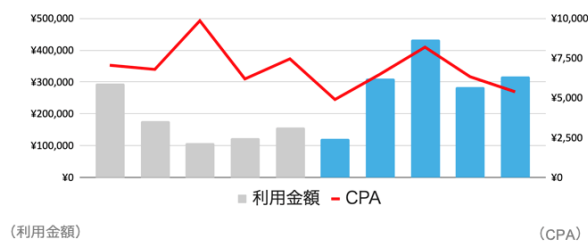
3. App 案件の最低入札単価

これまで最低入札単価は一律 CPC20 円(ネット)としておりましたが、App 案件のキャンペーンで自動入札を利用した際に CPC10 円(ネット) に設定されます。β版での試験導入でインストール CPA が大幅に改善しております。

■実績

【改善事例】ジャンル：美容 / 獲得目標：初回申込

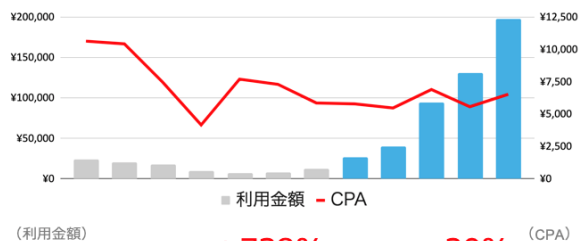
利用金額		CPA	
導入前	導入後	導入前	導入後
¥170,000	¥330,000	¥7,400	¥6,600



利用金額 ⇒ +49% CPA ⇒ -12%

【改善事例】ジャンル：コスメ / 獲得目標：商品購入

利用金額		CPA	
導入前	導入後	導入前	導入後
¥13,000	¥115,000	¥7,600	¥6,100



利用金額 ⇒ +738% CPA ⇒ -20%

Gunosy Ads では、引き続きプロダクトの改善を行い、クライアント様・代理店様の広告効果の最大化に努めてまいります。

【本機能の活用に関するお問い合わせ先】

株式会社 Gunosy 広告担当 ad-info@gunosy.com