

2012 年 9 月 28 日

株式会社オプト

オプト、スマートフォン用リッチメディア広告「OPTRA」に 動画広告配信メニューを追加

～TV CM の素材転用も可能な動画広告によりユーザーインパクトを向上～

株式会社オプト(本社:東京都千代田区、代表取締役社長 CEO:鉢嶺 登、証券コード 2389、以下オプト)は、自社が提供するスマートフォン向けリッチメディア広告「OPTRA(オプトラ:OPT Rich media Ad の略称)」に TV CM の素材転用も可能な動画広告配信メニュー「OPTRA プレミアム ムービーバナー」を 9 月 28 日から追加します。



2011 年のスマートフォン向け広告費は 337 億円(株式会社電通調べ)と急激に成長しております。オプトではスマートフォン関連のサービス強化のため、スマートフォントレーディングデスクを開設し、リッチメディア広告の企画・制作からターゲティング配信プランニング・運用までをワンストップで実現する「OPTRA」の提供を行っております。

「OPTRA プレミアム ムービーバナー」の特徴として、通常静止画・簡単なアニメーション画像しか展開できないスマートフォン広告の表示領域に対し、インパクトのあるなめらかな動画風アニメーションの配信が可能になります。TV CM や PC 用動画の素材転用も含めた動画広告の制作、月間最大 130 億 imp 以上の在庫を持つネットワークへのターゲティング配信から効果検証まで行い、スマートフォンユーザーに対して強いブランドイメージ・商品の魅力を伝えるだけでなく、広告の効果を最大限に高める内容となっております。



以上

<参考>

■広告主様へ提供できる「OPTRA」の価値

①リーチ

第3者配信の仕組みを使い、提携パートナーのアドネットワークや媒体に横断的にリッチメディア広告の同時配信が可能になります。

現時点での広告在庫は最大で月間最大130億imp以上(2012年9月時点)と、日本最大級のリッチメディア広告の配信規模を誇り、多くのユーザへのリーチを実現します。

また、リターゲティング配信やオーディエンスターゲティング配信にも対応し、ピンポイントでターゲットユーザへリーチする事も可能になっております。

②インパクト

配信先メディアや配信システム毎に定められたテンプレートに縛られることなく、HTML5を利用してのリッチかつ自由な広告表現を実現します。

通常のピクチャーバナーでは実現できない体験・強いインパクトを与える事によりユーザの興味を喚起し、効果的にモチベーションの高いユーザをアクションへ誘導する事が可能になります。

広告主様のプロモーション成果を最大化させるべく、クリエイティブ企画・制作も弊社のスマートフォントレーディングデスクにて実施させていただきます。

③効果検証

当社の効果測定ツール「ADPLAN(アドプラン)」と組み合わせることで、検索数・シェア数・接触時間などの成果を計測・分析が可能となり、CV以外の多面的な指標からの効果の確認を確認でき、キャンペーンの評価が可能になります。

■「OPTRA」サービス概要図







PRESS RELEASE

〔株式会社オプトについて〕

オプトはお客様のインターネット上でのマーケティング活動をお手伝いする「e マーケティングカンパニー」です。「売上に直結する e マーケティング」をコンセプトに、お客様のマーケティング ROI(費用対効果)を最大化します。

URL: <http://www.opt.ne.jp/>

商号:株式会社オプト (英語名:OPT, Inc.)

設立年月:1994 年 3 月 4 日

資本金::75 億 95 百万円 (2012 年 6 月 30 日現在)

代表者名:代表取締役社長 CEO 鉢嶺 登

本社所在地:東京都千代田区四番町 6 番 東急番町ビル

事業内容:e マーケティング事業

上場区分:JASDAQ(証券コード 2389)

URL: <http://www.opt.ne.jp/>

〔本件に関するお問合せ先〕

報道に関するお問い合わせ

株式会社オプト 広報担当 大野

TEL)03-5745-3624

E-MAIL)info@ml.opt.ne.jp

「OPTRA」に関するお問い合わせ

株式会社オプト スマートフォンアドソリューションプロジェクト 担当 二宮

TEL)03-5745-3563

E-MAIL)optra@ml.opt.ne.jp