

オプト、OpenDPF 広告商品第 3 弾「Xrost リターゲティング」をリリース

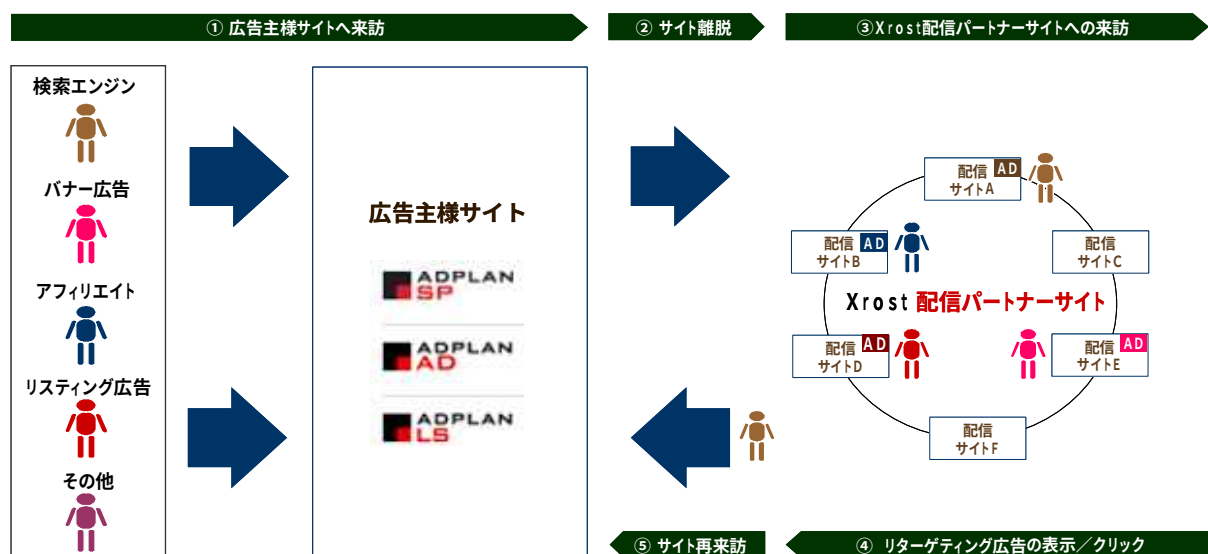
～サイト来訪者に対する継続的で高精度なターゲティングが可能に～

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、2010 年より推進しているオープンデータプラットフォーム「Xrost」(クロスト)の第 3 弾広告商品として、「Xrost リターゲティング」を 4 月 18 日にリリースいたします。

「Xrost リターゲティング」とは、何かしらの興味を持ちクライアント企業のサイトへ来訪したことのあるオーディエンスに対し、Xrost 配信パートナーのサイトに来訪した際に広告を配信を行うものです。

昨今、ソーシャルメディアや口コミサイトの利用者増加に伴い、広告に接触してからコンバージョンするまでの検討期間が長くなる傾向が強まっております。「Xrost リターゲティング」は、そのような見込み顧客に対する継続的な接触を実現いたします。

なお、「ADPLAN(アドプラン)」をご利用いただいている企業様であれば、過去の来訪者データを使用して速やかに配信を開始することが可能です。従来のリターゲティング広告商品のように、サイトやページに専用の JavaScript タグを設定していただく手間やデータを蓄積する期間を軽減いたします。



* 「ADPLAN」をご利用いただいていない企業様は、「Xrost リターゲティング」専用のタグを設定していただきます。

【OpenDPF(オープンデータプラットフォーム)構想とは】

OpenDPF 構想とは、米国で急速に普及しつつあるオーディエンスターゲティングという概念に基づき、“インターネット上のオーディエンスに関わるマーケティングデータを共通化し、日本初のオープンなプラットフォームとして、各種マーケティングツールやアドネットワークなど様々なパートナーとデータ連携を実現する”ものです。

これにより、インターネット広告を「広告枠(スペース)」だけで捉えるのではなく、「利用者(オーディエンス)」で捉えるという発想を実現し、最適なユーザーに最適な広告を提供することが可能となります。なお、オーディエンスデータの運用にあたっては、総務省の「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」によって策定された「事業者に一定の配慮を求める原則集(配慮原則)」(http://www.soumu.go.jp/main_content/000067551.pdf)に基づいてポリシーを定め、利用者の安全性確保に対する措置を行っております。

【オープンデータプラットフォーム「Xrost」(<http://www.xrost.ne.jp/>)とは】

「Xrost」は、広告主・媒体社・データプロバイダーのオーディエンスデータ活用を促進する、オープンなデータプラットフォームです。各社の SSP(Sell Side Platform: 広告配信システム)・DSP(Demand Side Platform: 広告出稿システム)を接続することにより、オーディエンスデータを活用した広告枠収益最大化や広告出稿管理が可能となります。

【eマーケティング支援システム「ADPLAN」シリーズについて】

オプトの「ADPLAN」シリーズは、広告の流入からコンバージョンに至るまでの広告効果測定・サイト内解析・最適化を一元管理し、ROI の最大化をサポートするe マーケティング支援システムです。2000 年の開発以来、延べ約2200アカウント以上のご利用実績を誇る効果測定・解析・最適化システムのパイオニアです。

〔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/>



PRESS RELEASE

〔本件に関するお問い合わせ先〕

「Xrost リターゲティング」に関するお問い合わせ

株式会社オプト DPF 本部 湯浅

TEL)03-3219-7107

報道に関するお問い合わせ

株式会社オプト 広報担当 中山

TEL)03-3219-7655