

Teads

The Global Media Platform

Cookieless時代へ向けた ソリューション

ベンジャミン リーバグ Benjamin Rehberg
Associate Director Data Operations APAC

丹羽 恵莉奈 Erina Niwa
Operation Account Manager, Data Expert

April 2020

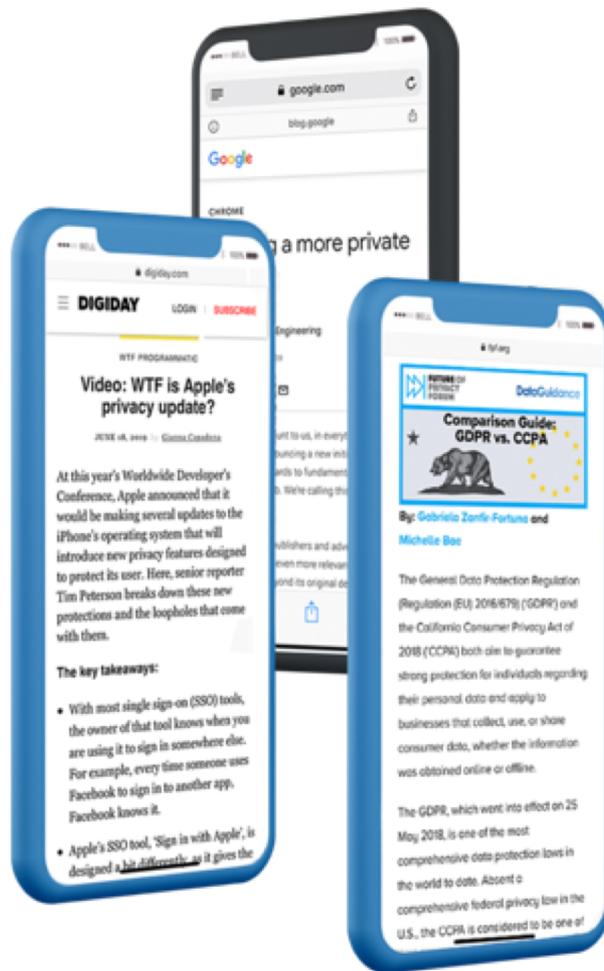


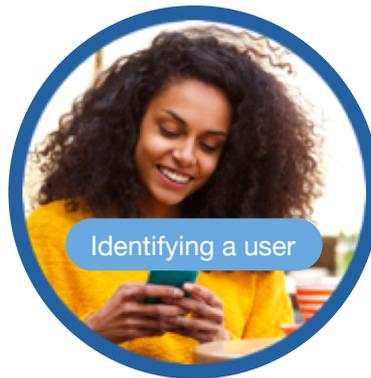
Cookie撤廃までの経緯

規制

個人情報保護

Safariによるcookie利用制限の導入





ユーザー特定の
ための手法

InApp

Device ID

- 固有番号
- 規制なし

Web

Cookie

InApp & Web

Personal ID

- メール, 電話番号, 住所, etc.
- ユーザーのログインが必要

Technical data

- IP アドレス, デバイス情報.
- fingerprintingとも呼んでいます。

Offline stores

Personal ID

- メール, 電話番号, 住所, etc..
- 会員カード、ポイントカード

Cookieとは何か？

クッキーとは、パソコンに一時的に保存される計測用の「ファイル」



- Unique Identifier
- Unique Company



Teads

ID: 1234
Company: Teads



ORACLE

ID: 2345
Company: Oracle



Google

ID: 3456
Company: Google

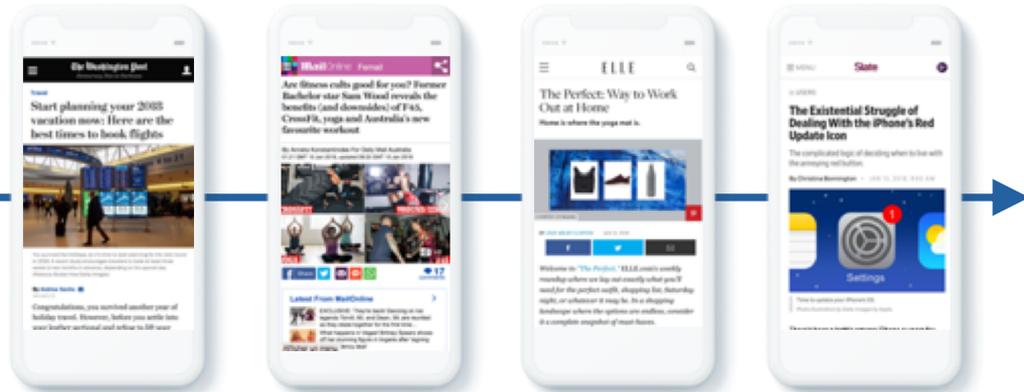
Cookiesはなぜ大事なのか？

01

ユーザーを特定し、計測する



Cookie:1234



02

プラットフォームの間で同期シंक

Teads

Cookie:1234



Google

Cookie:2345

theTradeDesk

Cookie:3456

ORACLE

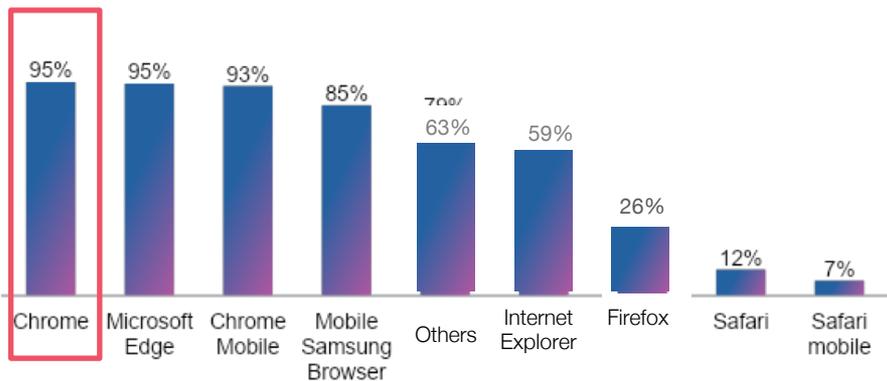
Cookie:4567



Also called:
クッキー連携

Cookie

OS&端末ごとのCookie使用率



Chrome上ではすべてのCookieを消去出来ますが、Cookieは変わらず高いまま使用され続けています。



Desktop
82%



Mobile
67%



Tablet
38%

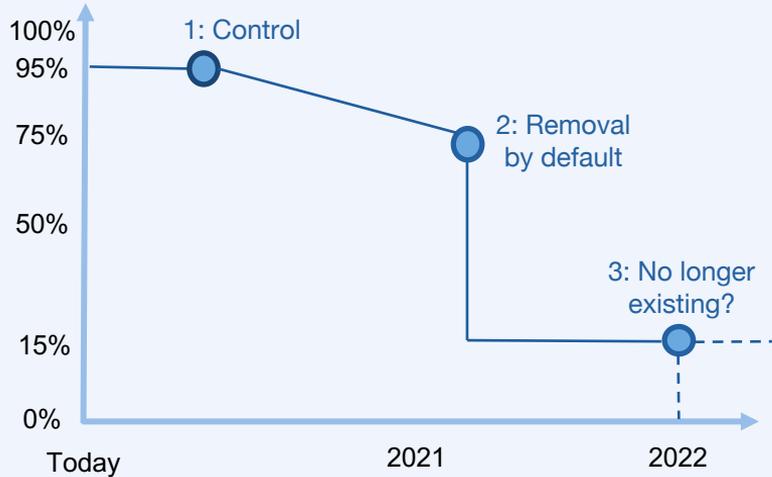
Safari ユーザーの増加により、cookieの取得が難しくなっています。（日本特有）

Cookieの先行き

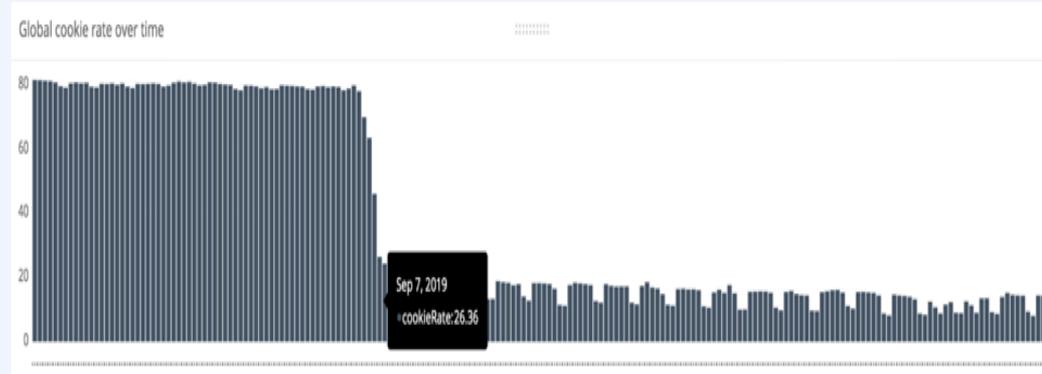
Chrome: Cookie volume prediction



Chrome: 先2年のグローバルでのWeb Cookie保有レート



Firefox: Cookie削除後のGlobal Cookie保有レート



Safari: 2020年3月に完全なサードパーティのCookieのブロック

THE REAL IMPACT ON DIGITAL

- データセグメントの規模が縮小
- 1st party データ (CRM/DMP) も同様に縮小、使用可能のメディアの規模も縮小
- 複数のサプライサイドプラットフォームのフリークエンシーキャップがほぼ機能しなくなる
- 広告から購買までのユーザーの行動が追えなくなる
- Cookieの減少により、供給が需要に追いつかないため、価格は高騰する



今後に向けて

パブリッシャー様

- ユーザーの新規アカウント登録を促す（インセンティブなどご検討）
- ユーザーがウェブサイトアクセスする際、オプトインのメッセージがよく出るようにする（ユーザーにWebサイトにアクセスするためにCookieをオンにすることを要求する。）

広告主様・代理店様

- ターゲティング広告が減少する為、代わりに結果保証型広告に移行する。
例：CPCV, CPC, CPV
- 今後、広告主のファーストパーティデータは従来の施策(サイト訪問者のリターゲティング等)から、アッパーファンネル向きの拡張配信への用途へ変更していく必要がある。また、サードパーティデータをいかに実用的なものとしていくかが非常に重要である。
- 広告主のDMPデータのセグメント規模が縮小するため、拡張配信が必要となる

TeadsのCookieレス時代戦略

In cookieless 3 pillars

1

ユーザー特定
Beyond cookies

2

リアルタイムデータ
プロファイリング
*Anonymous audience
targeting*

3

コンテンツ
ターゲティング
In an innovative way

TeadsのCookieレス時代戦略

In cookieless 3 pillars

1

ユーザー特定
Beyond cookies

2

リアルタイムデータ
プロファイリング
*Anonymous audience
targeting*

3

コンテンツ
ターゲティング
In an innovative way

Teads ID, Cookieレスの代替案

Web

InApp



Cookie



Logged-in
Users

または個人識別子
(mail, phone, name)



IP
Address

+



デバイス特性

Device
Characteristics
(Browser version, OS...)



Device
ID

プレミアムパブリッシャー
との継続的な統合

Ongoing integrations with our
premium publishers

マシンラーニングに基づく
確率論的アプローチ

Probabilistic approach based on
Machine Learning

Teads

TeadのCookieレス時代戦略

In cookieless 3 pillars

1

ユーザー特定
Beyond cookies

2

リアルタイムデータ
プロファイリング
*Anonymous audience
targeting*

3

コンテンツ
ターゲティング
In an innovative way

リアルタイムデータプロファイリング

クラスター（群）

Auto enthusiast 83%
Samsung owner 45%
iPhone owner 73%
High Net Worth Individuals 62%
Male 25-49 80%
Car lease expiration 68%
Credit and loans 63%
Female 25-49 43%
High Annual Income 72%
Auto intender 77%



Identified users



Teads AI

90%

Male

75%

25-49



Unknown users

TeadsのCookieレス時代戦略

In cookieless 3 pillars

1

ユーザー特定
Beyond cookies

2

リアルタイムデータ
プロファイリング
*Anonymous audience
targeting*

3

コンテンツ
ターゲティング
In an innovative way

コンテンツターゲティング

The right placement at the right moment

何百万もの新しい記事が
毎日10億人以上のユーザーに読了される

Financial金融

300以上の詳細なコンテキストトピック
(パブリッシャー全体)

Environment環境

精度・効率への課題へ

キーワードはトピックに
本当に関連するものであるか。

Teads AIがコンテンツを
読み込み、
適切な解析結果を出します。

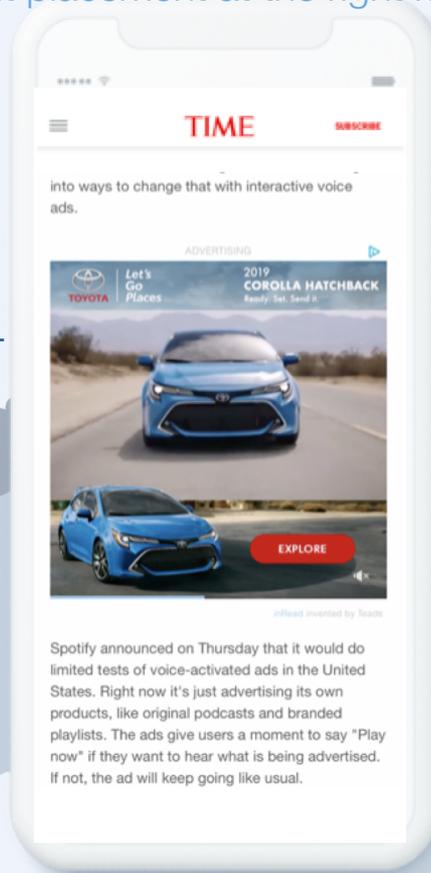
Cookieless
でも
ターゲティ
ング可能

Teads

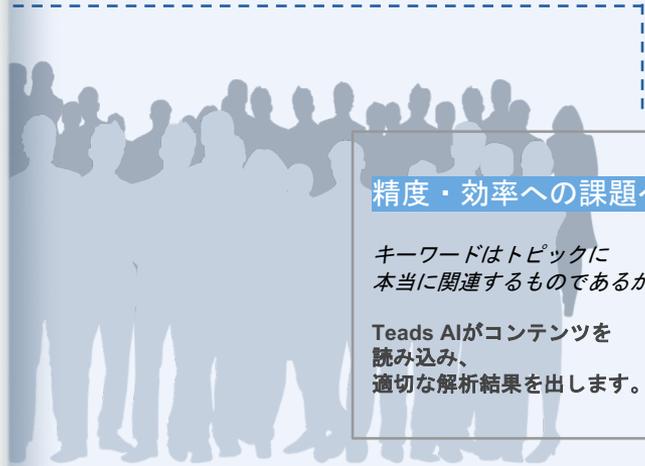
コンテンツターゲティング

The right placement at the right moment

何百万もの新しい記事が
毎日10億人以上のユーザーに読了される



300以上の詳細なコンテキストトピック
ク
(パブリッシャー全体)

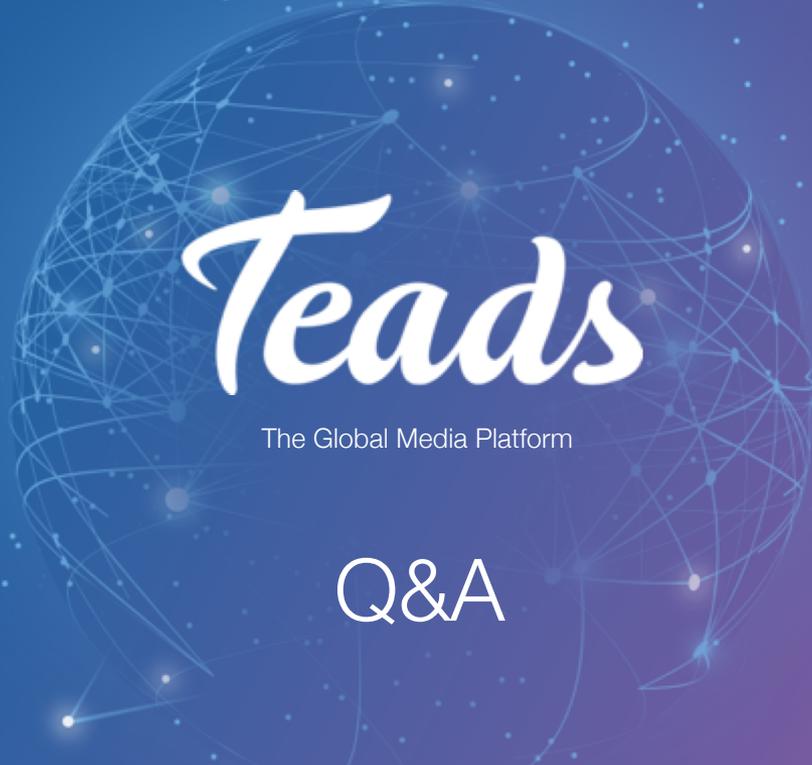


精度・効率への課題へ

キーワードはトピックに
本当に関連するものであるか。

Teads AIがコンテンツを
読み込み、
適切な解析結果を出します。

Teads



Teads

The Global Media Platform

Q&A