

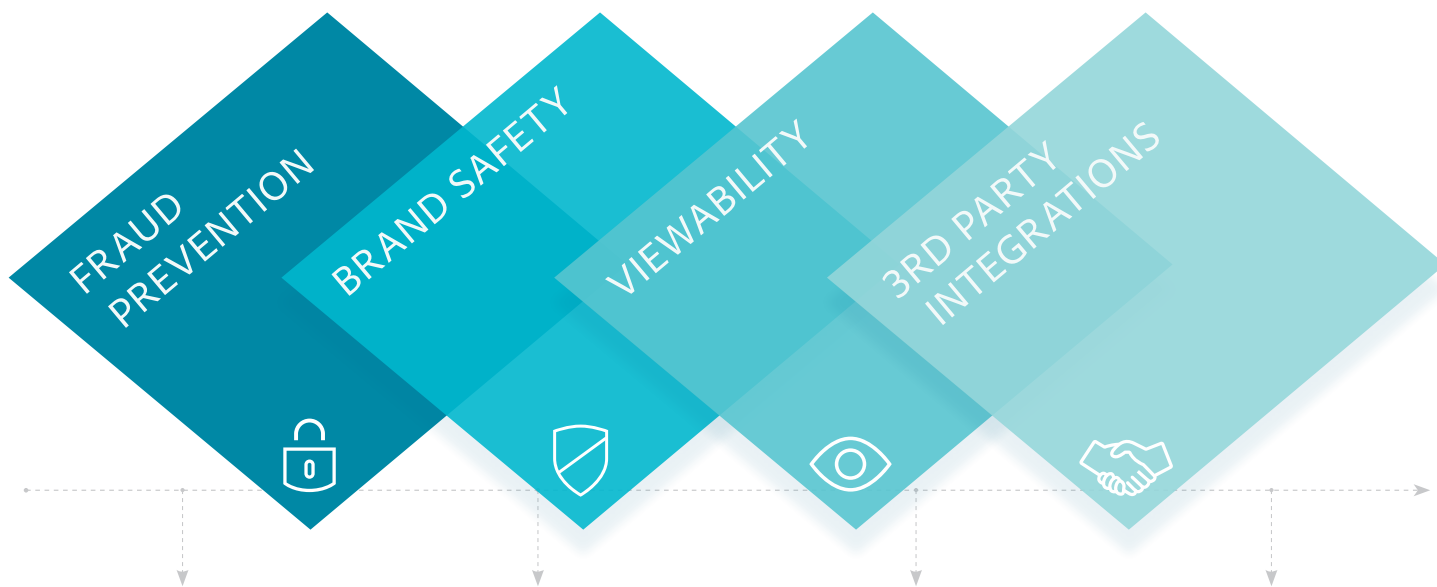


MEDIA QUALITY SUITE

広告出稿の各工程を保護

アドビが最も優先するのは、マーケターにとって最善の行動を取ることです。—— 問題の多いコンテンツや過激なコンテンツとともに自社の広告が表示されることは、ブランド広告主にとって避けたい事態でしょう。このことから、広告主がメディアクオリティやブランドセーフティを守るには、常時機能するアプローチが必要です。顧客のブランドエクイティを保護し、メディアクオリティを確保することは、アドビにとって最優先の責務であるとともに、長年にわたる優先事項です。

Adobe Advertising Cloudは、ブランドや広告投資に影響しそうな問題に、事前対応型のアプローチを取り入れています。表面化する前に対処できることも少なくありません。また、アドビではポリシーとして、「ノンヒューマン トラフィック クレジット プログラム」をご提供しています。オープンエクスチェンジで供給される動画やディスプレイのインプレッションについて、サードパーティのアドベリフィケーションサービス大手White Opsが「疑わしい」または「詐欺」と判定したインプレッションに対して、一定の条件のもと顧客に返金します。お客様の側では、何もする必要がありません。さらにアドビのmedia quality suiteは、高い透明性を保証します。多面的なアプローチの採用により、広告主が最適なメディアプレースメントを確保できるようにします。



アドフラウド (広告詐欺)の防止

まず、「人」ではないトラフィックを最小限に抑えます。アドビでは、ボットによるトラフィックを検出、ブロックして、広告キャンペーンが確実に「人」に表示されるようにします。

ブランドセーフティ

フラウドを最小限に抑えたら、コンテンツやクオリティの多層的なスクリーニングにより、**ブランド毀損のリスクのないコンテンツに広告が掲載されるように**支援します。

ビューアビリティ

ブランドセーフティをコントロールしたら、**クロススクリーンソリューションや入札前の最適化**を利用して、最も目にとまりやすく、費用対効果の高い広告枠を特定します。

サードパーティ ベンダーとの連携

サードパーティベンダーとのシステム連携を活用して、入札前のフィルタリングやビューアビリティレポートを実施し、**メディアクオリティ対策を強化**します。

ブランドセーフティに正面から取り組む

Adobe Advertising Cloudにより、マーケターはデジタル広告キャンペーンを管理し、ブランドイメージにそぐわないコンテンツへの広告掲載を防ぐことができます。

ADOBE ADVERTISING CLOUDのブランドセーフティ機能

アドビは業界最高水準のブランドセーフティ機能を顧客に提供します。広告が公序良俗に反するコンテンツと並んで表示されないようにする自動ツールや、品質保証の専門家が行う包括的なスクリーニングなどを用意しています。ご要望に応じて、サードパーティのアドベリフィケーション/計測ベンダーを、広告買付に導入することも可能です。



サイトやアプリレベルでのスクリーニング

専門チームが管理するスクリーニングにより、クオリティやコンテンツをチェックして、危険のあるインベントリ（海賊版サイト、ヘイトスピーチ、過激主義など）を除外できます。

コンテクスチュアルターゲティング

ターゲットを、広告と関連性のあるコンテンツのページに限定できます。自社ブランドに無関係あるいは有害なコンテンツや特定のURLを、広告主が指定して除外することも可能です。

入札前のフィルタリング

公序良俗に反するコンテンツのあるページに広告が配信されないように、サイトやアプリのロード前に、事前に検出して防止します。

あらゆる広告在庫で常にブランドをコントロール

オープンエクステンジ

1日10億以上のオークションへのアクセスをグローバルに一元管理

プライベート取引

パブリッシャーとの直接取引について、広告配信やRTBによる意思決定を効率化

オンデマンド

150以上のプレミアムパブリッシャーやTV放送局から供給される厳選された取引にワンクリックでアクセス

Adobe Advertising Cloud - クロスチャネル広告のためのエンドツーエンドプラットフォーム

Adobe Advertising Cloudの詳細はこちら adobe.com/jp/advertising-cloud.html