

Brightcove を利用することにより、THR はサイトにより多くの時間を費やすことができる



The Hollywood Reporter (THR) は約 80 年前に Nielsen Business Media により創刊され、ハリウッド初の日刊エンターテインメント業界紙とされています。同紙は、人気のマルチメディア Web サイト、THR.com をはじめとしたメディアのネットワークを通じて、グローバルなエンターテインメント産業に関するビジネス情報を提供しています。業界の独占ニュースやイベントを題材とした豊富なオリジナル動画コンテンツが、エンターテインメントを主体としたこの最先端ブランドの中心となっています。

既存のコンテンツを補完

THR は、業界の独占ニュースおよびイベントに関する、充実したバラエティ豊かな Web サイトを作成することで、輝かしい伝統を築き続けています。THR の Web サイト戦略の中核となっているのは、オリジナル動画コンテンツの制作と配布です。しかし高画質な動画視聴や編集機能の統合、そして新しい広告プロダクトを求める声が高まったことから、THR のオンライン動画のオペレーションに複雑な要件が課せられました。

以前 THR は自社製のオンライン動画ソリューションを試みましたが、高画質で広告付きの動画エクスペリエンスを公開し配布するプロセスには、多大な時間とコストが必要になることがわかりました。効率を高め、THR.com の Web サイト エクスペリエンスの中心である、豊富なオリジナル番組を公開するまでの時間を短縮するために、THR はこうしたオペレーションをオンライン動画プラットフォームにアウトソースすることにしました。

Brightcove ソリューション

2007 年後半に Nielsen Business Media 社は、Adweek.com、Billboard.com、THR.com を含む同社の Web サイトのネットワーク全体において動画の公開と配布を行うために、Brightcove のオンライン動画プラットフォームを選択しました。固有のニーズのみならず、Nielsen Business Media 社の他の Web サイトにも対応可能な、もっとも包括的でスケーラブルなソリューションを Brightcove で実現できることが明らかになりました。

Nielsen Business Media 社のメディアおよびエンターテインメントグループのオンライン担当バイスプレジデントである Lisa Sullivan-Cross 氏によると、Brightcove の選定は、次の各特長によるものです。

- **柔軟性** — THR 固有のニーズと目的に容易に対応するには、Brightcove プラットフォームが持つ柔軟性が不可欠でした。

Brightcove プラットフォームでは拡張やカスタマイズが容易で、Nielsen Business Media 社のオンライン動画のあらゆるニーズによく適応します。

- **ユーザの参加** — THR は Brightcove を使用することで、関連動画、人気動画、視聴回数が多い動画の推奨、特定の動画テーマに対する検索エンジン最適化、バイラル共有機能表示などの標準機能を利用し、これらを組み合わせてトラフィックやサイト滞在時間を増加させることにより、動画コンテンツやサイト全体へのユーザの参加を向上させることができます。
- **効率性** — THR は Brightcove プラットフォームにおいて、技術系でない編集スタッフのために構築された作業フローを使い、開発や IT リソースを必要とすることなく、広告付きの動画プレーヤを簡単に作成、管理、カスタマイズすることができます。
- **ROI** — Brightcove の Software-as-a-Service (SaaS) プラットフォームへの切り替えによって、THR と Nielsen Business Media 社は、コストのかかる社内ソリューションの保守ではなく、インパクトのあるコンテンツの作成に注力することができます。

「オンライン動画を、THR.com へトラフィックを集め、顧客の参加を向上させるための戦略ツールとみなしています」と Sullivan-Cross 氏は、述べています。「Brightcove によって、エンターテインメント産業に関する動画報道を、ダイナミックで魅力的なものにできました。そしてその動画を簡単に弊社の人気ブログに組み込んだり、サードパーティサイトの大規模なネットワークに配布することができ、THR ブランドの成長につなげることができます。」


滞在時間と訪問者数の大幅な増加

2008 年に Brightcove を導入してから、すべてのメインページと各レビューページに動画が組み込まれました。THR が制作したオリジナル動画コンテンツと、THR のパートナーによるバイラルコンテンツが、サイトのトラフィックと滞在時間の大幅な増加に貢献しました。

「ユーザは明らかに、THR の Web サイトに動画が増えたことを歓迎しています」と、Sullivan-Cross 氏は述べています。サイトの訪問者数と滞在時間は、前年の 3 倍を記録しました。これは主に、弊社の各ブログやサイトに組み込んだ動画コンテンツによるものです。

THR の新たな動画戦略では、Brightcove プラットフォームのバイラルおよび共有機能によって、スポンサー付きコンテンツをサードパーティ サイトへシンジケートしたり埋め込んだりすることが可能になり、THR のサイトにスポンサーシップの強力な基盤がもたらされました。また、Nielsen Business Media 社の他のサイトにとって、THR による Brightcove プラットフォームの導入と活用の成功は、オンライン動画イニシアティブのモデルと推進力になりました。

今後 THR は、Brightcove のモバイル動画機能とパートナーシップを利用して、読者がさまざまなデバイスで最新のエンターテインメント情報へアクセスできるようにする予定です。



「サイトの訪問者数と滞在時間は、前年の 3 倍を記録しました。これは主に、弊社の各ブログやサイトに組み込んだ動画コンテンツによるものです」

Lisa Sullivan-Cross 氏
Nielsen Business Media オンライン担当 バイスプレジデント