

2017年12月22日

電通、個人視聴の推定でターゲットを実行動に導く「KPI運用型 TVCM プランナー」を提供 — オン/オフライン施策の ROI を向上させるソリューション第1弾 —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、精度の高い「個人視聴推定モデル」を活用してテレビ CM の効果を高めるツール「KPI 運用型 TVCM プランナー」を開発、本日よりサービス提供します。本サービスは、テレビ CM の視聴状況に基づくデジタル広告配信・効果検証基盤「STADIA」※1が People Driven DMP※2を介して外部とのデータパートナーシップを開始したことで実現しました。当社は本サービスを第1弾に、オフラインとオンラインのマーケティング ROI の向上を支援するソリューションのラインアップを拡充していきます。

このソリューションにより以下の施策が可能になります。

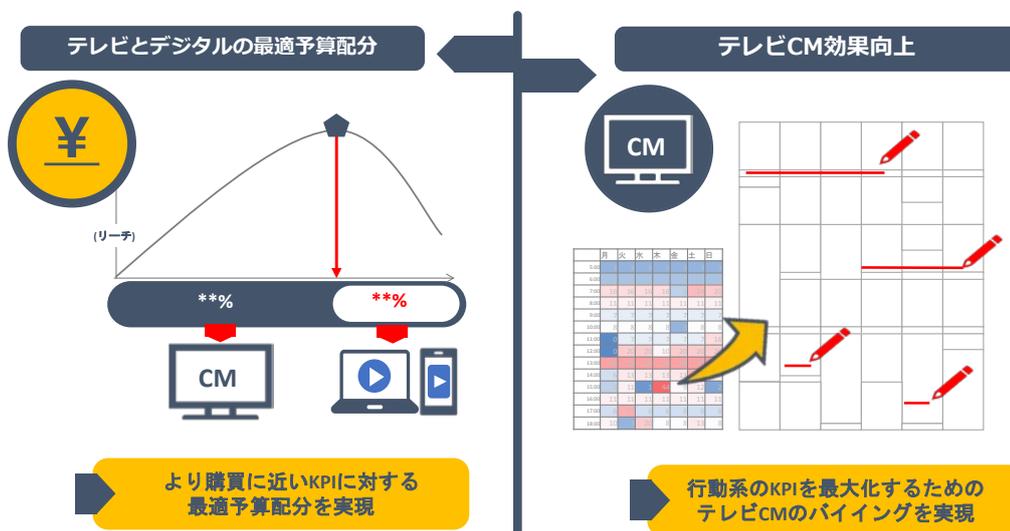
1. 購買行動を最大化するテレビ CM とデジタル広告の最適予算配分

自主調査で得たリーチや認知の基準値をもとに行う従来のキャンペーン予算配分手法にとどまらず、個別ブランドごとにデジタル広告とテレビ CM の相乗効果を計量することで、オンライン/オフライン店舗への来店を最大化し購買に直結する最適予算配分が可能になりました。当社独自の分析の結果、テレビ CM とデジタル広告の相乗による店舗への送客効果が明らかになっています。

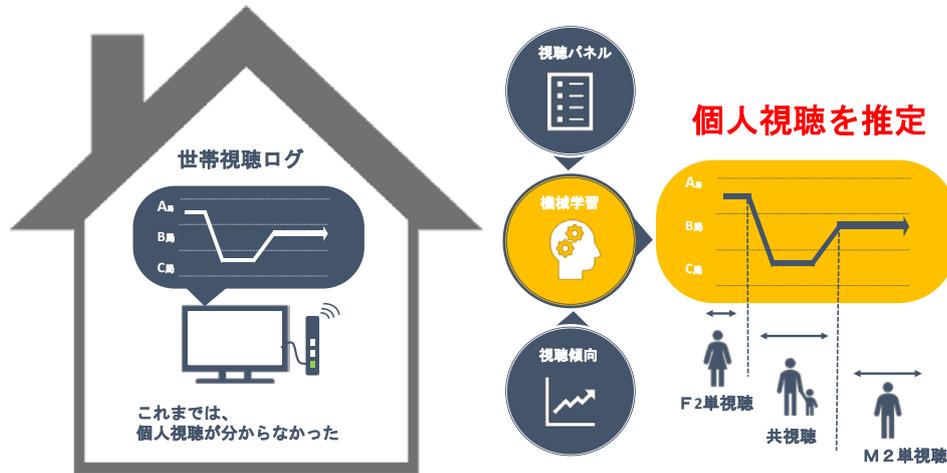
2. 実行動におけるテレビ CM 枠の選定と運用により KPI を最大化

性・年代に基づくターゲットへのリーチを高める従来のテレビ CM プランニングから、詳細な行動分析をもとにターゲットをさらに掘り下げることで、オンライン/オフライン店舗への来店や SNS 上でのブランド情報の拡散、また特定商材の購入といった、実行動における KPI を最大化するテレビ CM 広告枠の候補・選定が可能になりました。また、キャンペーン終了後に枠ごとの KPI 貢献度を分析して次のプランニングに反映したり、キャンペーン期間中に高速分析を行うことで、通常の素材指定スケジュールの中で最適な素材を割り付けることもできるようになりました。この効果は、既に実施事例において検証済みです。

【KPI 運用型 TVCM プランナー】



このソリューションは、大規模なテレビの視聴ログデータから個人視聴を推計するモデルを構築することで可能になりました。STADIA の視聴ログデータが得られる約 150 万台のテレビを対象に、データアーティスト株式会社^{※3}と共同で 2014 年 10 月から約 3 年にわたり、世帯単位のデータから個人視聴を推計する「個人視聴推定モデル」の精度を高め、運用を通じて有効性を確認してきました。



このような検証に基づき、従来の性・年代のターゲットを前提とした上での、ホームページへの来訪、店舗への来店、SNS での拡散、特定商材の購入といった行動データの深掘り分析を行うことで、顧客企業の KPI を最大化するテレビ CM の改善プランニングを実現します。

今後も当社は、グローバルメディアプラットフォーマー、テクノロジーソリューション企業、AI 企業、リサーチ企業とのデータパートナーシップを拡充・強化し、これまでのマーケティング・コミュニケーションの領域では実現し得なかった、人単位でオンライン／オフラインを統合する PDCA の新機能を付加していきます。

【STADIA のデータの特徴】

2017 年 12 月時点で、テレビ受像機や録画機の合計で約 150 万台の実視聴ログデータに対して、約 500 万台のモバイルデバイス ID や約 1,000 万件の Cookie_id に紐づくオーディエンスデータと約 5 万人の調査モニターが人単位の同一 ID で紐づく規模を有しています。

【STADIA のソリューションラインナップ】

1. 「テレビ CM ビューアークロス配信」
2. 「ライトテレビビューアーインクリメンタル配信」
3. 「テレビキーワード嗜好性配信」
4. 「KPI 運用型 TVCM プランナー」(新規に開発)

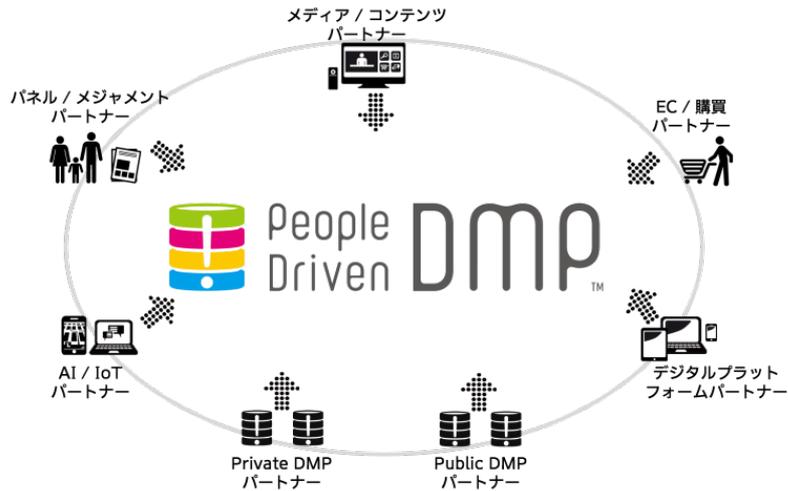
※1 STADIA

当社が 2016 年 3 月に開発。インターネットに結線されたテレビの実視聴ログから推定したテレビ CM 視聴者に対してデジタル広告配信を行う、次世代統合マーケティングプラットフォームです。サイト送客、会員登録といった行動喚起や認知醸成、興味喚起といった態度変容を伴う実マーケティングを行いながら、オフラインとオンラインの広告効果検証を行うことができます。

※2 People Driven DMP

当社グループが保有する“人”基点のマーケティング手法を結集した統合フレームワーク「People Driven

Marketing」のデータ基盤。STADIA でのデータパートナーシップは、People Driven DMP とのデータ連携を介して実現できます。



※3 データアーティスト株式会社 (<https://www.data-artist.com/>)

2013年に設立。大手企業を中心に国内の650社を超える企業に対して、AI(人工知能)を活用したマーケティングソリューション、コンサルティングサービスを提供。「論理をシステム化し、ひらめきに集中する」を経営理念に、各顧客の経営課題に適したAIソリューションを提供し、マーケティング効率・生産性の向上、従業員の働きやすさ、新しい「ヒラメキ」が生まれやすい環境の整備を支援しています。

以上

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部
小川、溪 TEL : 03-6216-8041

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター
ラジオテレビ局
MC プランニング局
Email : info.stadia@dentsu.co.jp