

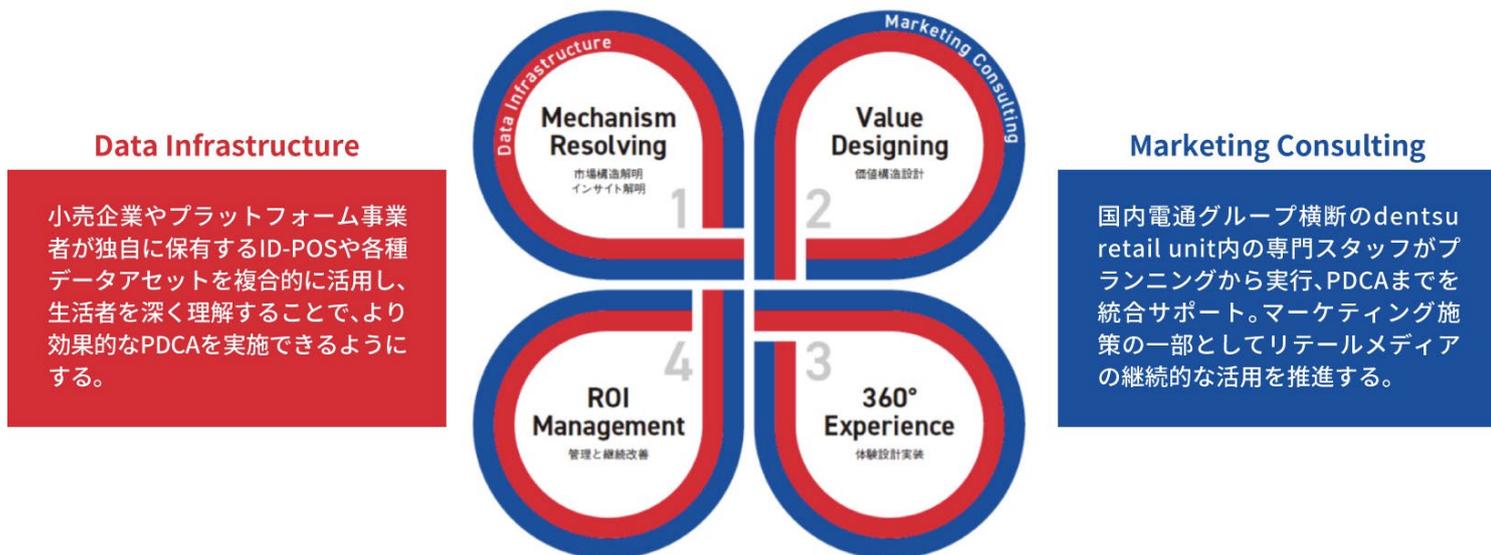
2024年11月26日

電通、リテールメディア領域においても「Marketing For Growth」を展開 —企業のリテールメディア活用をプランニングから実行、PDCAまで統合サポート—

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）は、2024年1月に発表した次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」をリテールメディア領域にも展開し「Marketing For Growth Retail Media」として、本日よりサービスの提供を開始します。本サービスでは、国内電通グループ横断組織「dentsu retail unit」の専門スタッフが中心となって、各種購買データを統合的に分析し、リテールメディアへの投資を拡大する企業へのマーケティング支援を推進していきます。また、国内だけでなくグローバルでもリテールメディアを活用する企業を対象に、コンサルティングから運用、最適化までをサポートし、新たな収益を創造する支援体制を整えています。

<「Marketing For Growth Retail Media」ロゴ・概念図>

Marketing For Growth Retail Media



リテールメディアとは、小売企業が媒体社もしくはデータホルダーとして提供している広告媒体のことを指し、近年はさまざまな顧客接点がオンライン・オフラインを問わずメディア化されています。多くのメーカー企業では、従来の小売企業への販促支援とは異なる生活者視点を捉えた顧客体験の一部として、リテールメディアを活用する

機会が増えてきています。そこで、「Marketing For Growth Retail Media」では、メーカー企業のリテールメディア活用に対して、以下のような統合支援サービスを提供していきます。

■ ID単位でのマーケティングPDCAの提供

(上述の概念図の「1. Mechanism Resolving」および「4. ROI Management」)

リテールごとのIDデータを活用し、以下3レイヤーでのマーケティングPDCAの実行支援を行います。またPDCAを通じて、マーケティング投資対効果 (mROI) の把握と向上を継続的に行います。

① 単一リテール内におけるPDCA

- ・ターゲットとKPIを設定し、小売企業と共にトライアルやリピートなどの施策を短期で回しながら、中長期で顧客育成を行います。

② 複数リテールメディアの統合PDCA

- ・各小売企業の特徴を踏まえつつ個別に課題を設定し、課題の優先順位などに基づき小売企業間の予算配分を行います。そのうえで施策効果を統合的に読み解きながら、より効果の高いリテールメディアへの投資を最適化します。

③ マスメディアと複数リテールメディアを統合したPDCA

- ・上記①②のPDCAフレームにマスメディア施策も統合し、効果の把握とメディア全体予算の最適化を行います。

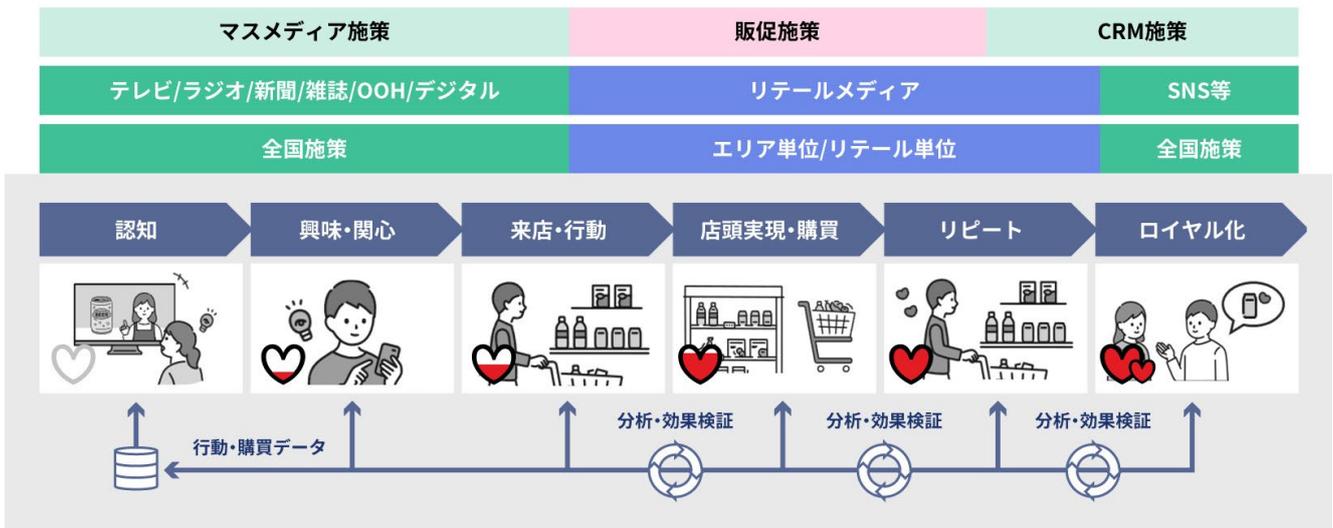
< 「Marketing For Growth Retail Media」 の戦略・KPI策定 >



■ リテールごとに最適化されたシームレスな顧客体験の提供
(上述の概念図の「2. Value Designing」および「3. 360° Experience」)

生活者視点で、日常の接点から店頭まで一気通貫したシームレスな顧客体験を設計し提供するためには、リテールごとのリテール施策(リテールメディア)、テレビやデジタル広告といったメディア施策、そして購買後のCRM施策などを連携させる必要があります。そのため、dentsu reatail unitでは、国内電通グループ各社の強みを掛け合わせ、各施策の連携を強化しつつ、複雑なオペレーションを実現する体制を整えています。

< 「Marketing For Growth Retail Media」の顧客体験設計 >



施策実施に必要な各種オペレーションや機能を担い実行しきるケイパビリティと体制



■ 国内メーカー、小売企業へのグローバルサポート

電通グループは、日本だけでなくグローバルでも、小売企業に向けてリテールメディア事業のコンサルティングから実装、運用、最適化までをサポートし、各企業にとっての新たな収益の創造を支援します。また、幅広いリテールメディアの開発支援の実績や経験、関係性を生かしながら、メーカー企業に対して、リテールメディアを活用した売上向上のための支援を行います。詳しくは下記のサイトをご参照ください。

<https://www.dentsu.com/us/en/solutions/retail-media> (英語のみ)

■ National Retail Federation（全米小売業協会、NRF）主催の小売展示会に合わせて、電通グループ主催のセッションを開催

NRF 2025の開催期間中の2025年1月13日（月）に、電通グループ主催のセッションを開催します。参加希望の方は、下記問い合わせ先または弊社担当までご連絡ください。

※ 定員に達した場合は、参加いただけませんので、予め了承ください。

【セッションテーマ（予定）】

- ・ dentsu USリテールメディアチームから見た、アメリカの最新リテールメディアトレンドと今後の展望
- ・ dentsu USリテールメディアチームによる小売企業・メーカー企業支援の実績
- ・ 日米を跨いだリテールメディアの課題と解決策に関するディスカッション

【スピーカー（予定）】

- ・ Brian Monahan, Head of Retail Media Solutions, Global Client President, dentsu
- ・ (株) 電通 データ・テクノロジーセンター長 濱口 洋史 ほか

日付：2025年1月13日（月）

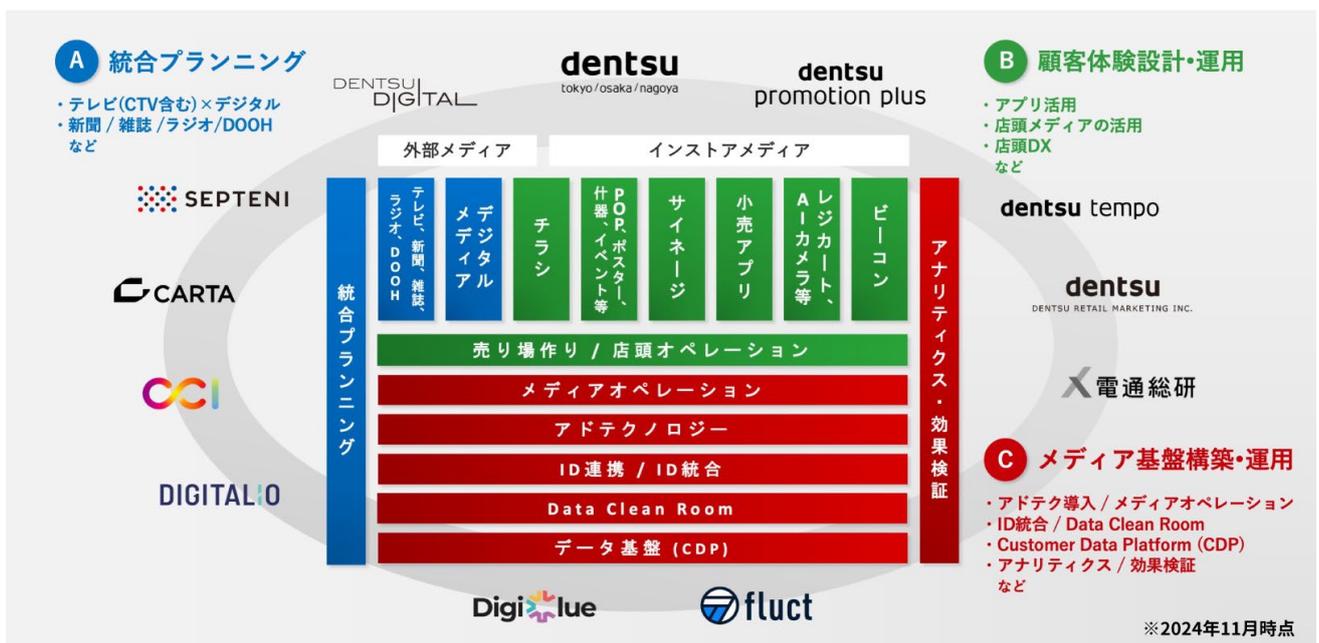
時間：17時半～18時半（セッション）、18時半～19時半（カクテルパーティー）

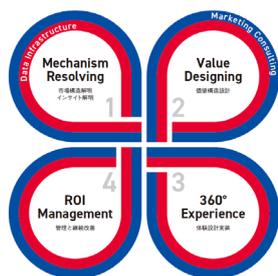
場所：Dentsu US Headquarters Office

150 E 42nd St, New York, NY 10017 USA

■ dentsu retail unitについて

dentsu retail unitは、国内電通グループ各社の購買近接領域における関連部署の横断組織です。リテールメディア開発・基盤構築・顧客体験設計・統合プランニングまでをグループ内ワンストップで担える運用体制を整えています。





「Marketing For Growth」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデルです。これまで当社が提供してきたさまざまなマーケティングソリューションや、今後開発するサービスを「Marketing For Growth」のもとで整理し、シームレスに連携させることで、顧客企業のマーケティング変革を統合的に支援し、事業グロースに貢献していきます。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 事業広報部

宮田、藤沢

Email : jigyokoho@dentsu.co.jp

【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

濱口、相内、岡本

Email : retailunit@dentsu.co.jp