

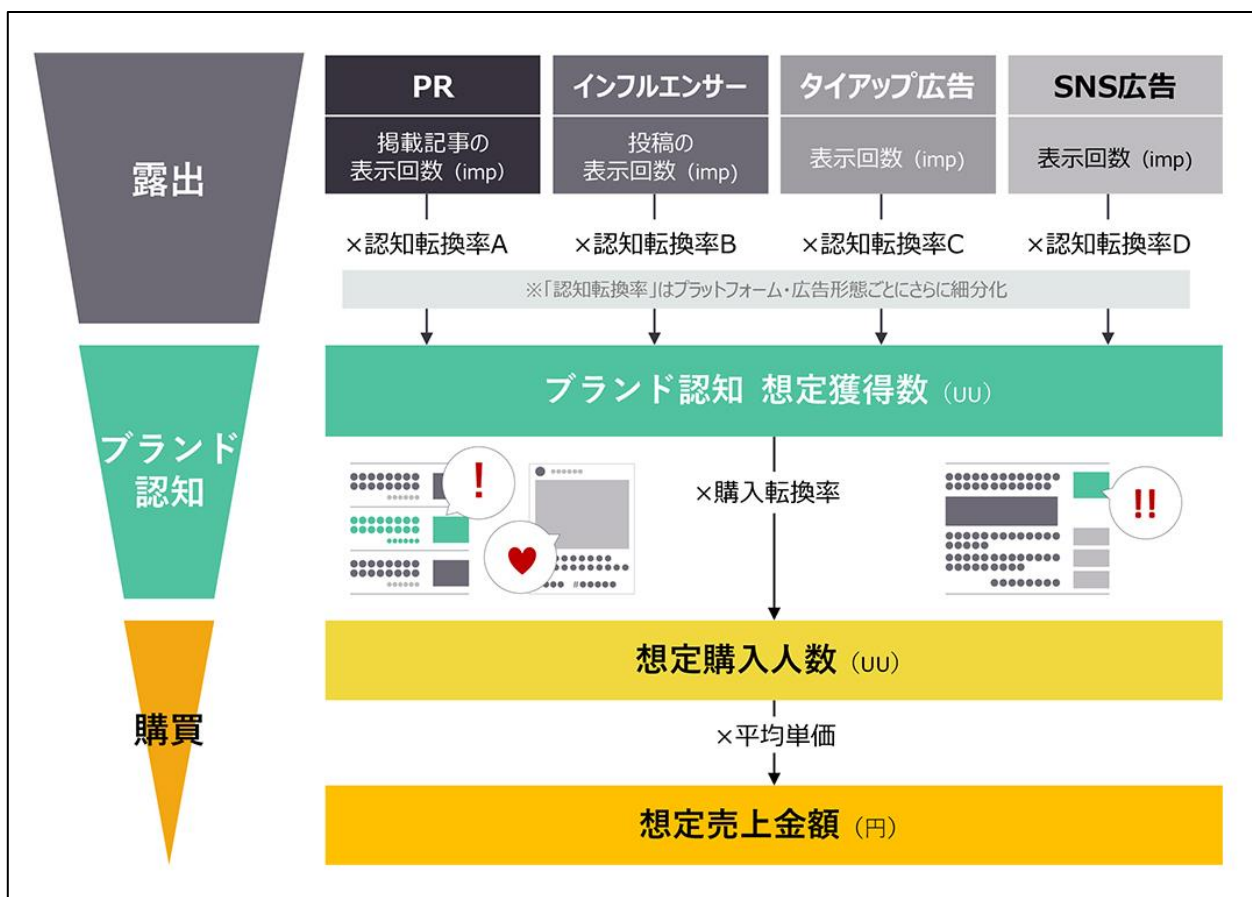
トレンドーズ、統合マーケティングツール「ブランドダッシュボード」を開発 PR・インフルエンサーなどのデジタル施策から売上をシミュレーション

次世代型のマイクロマーケティングを提供するトレンドーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)は、PR・インフルエンサー・タイアップ記事などのデジタルブランディング施策の効果指標を統一化し、認知及び購買へのファネル転換率から売上をシミュレーションする統合マーケティングツール「ブランドダッシュボード」を開発いたしました。

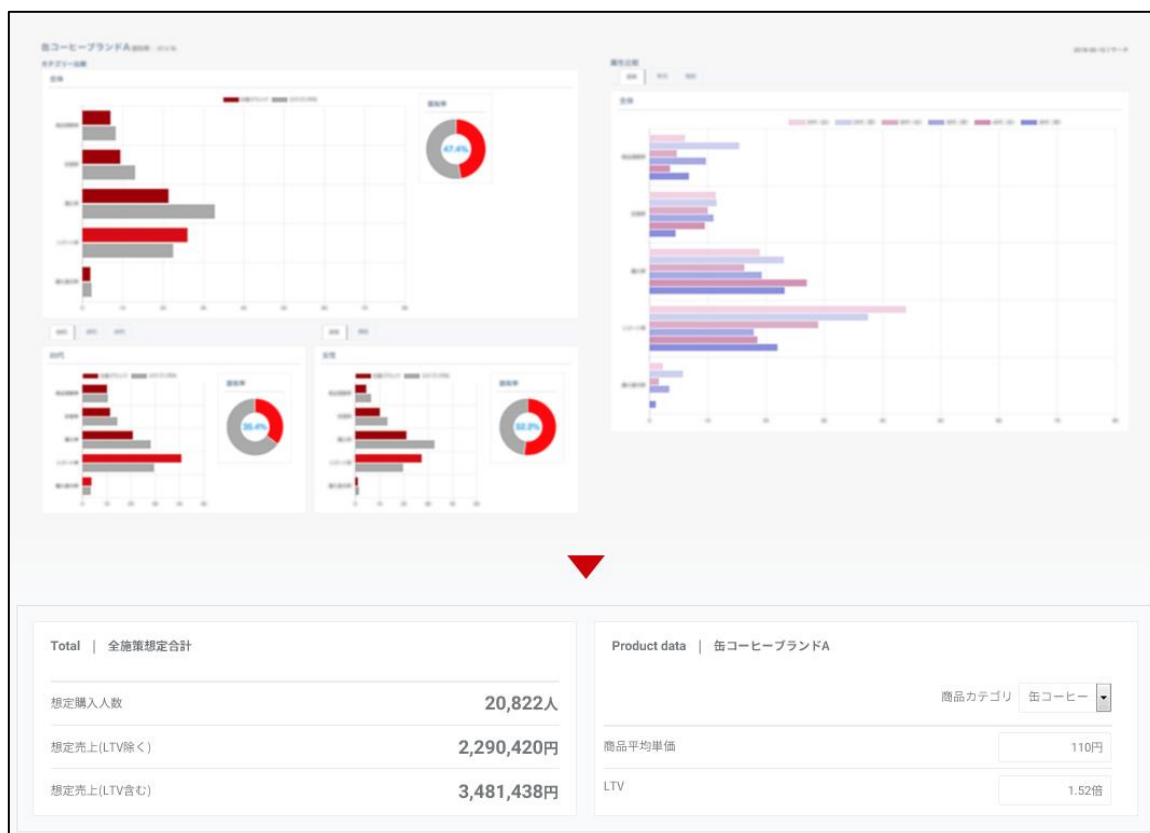
◆ 400 を超えるブランドパネル調査から、商材カテゴリ別ファネル転換率を算出

生活者の情報接点のデジタルシフトに伴い、企業のブランディング広告においてデジタル施策は欠かせないものとなっています。一方で PR 施策は露出記事数や広告費換算値、インフルエンサー施策はフォロワー数など、各施策の効果指標が不統一であること、また、施策の効果指標から認知・購買への転換率の算出が困難であることから、売上のシミュレーションが立てられず PDCA が回せないという課題が顕在化しています。

このような背景を踏まえトレンドーズでは、デジタル領域における PR・インフルエンサー施策の効果指標を、過去実績と統計分析、インフルエンサーのアカウント分析から導き出した独自の手法により算出。これらを表示回数(インプレッション・imp)に転換することで、広告指標との統一化を図りました。また、施策ごとに過去実績を分析し、imp 数から認知獲得数の転換率を設定。ここに 400 を超えるブランドの認知率・購買率に関するパネル調査(※20~40 代の男女 2,000 名に対して弊社が実施したインターネット調査)から導き出した、商材カテゴリ別の認知から購買への転換率を掛け合わせることで、マーケティング施策を実施することで得られる売上高のシミュレーション算出が可能となりました。



これらの独自指標・転換率をもとに、マーケティング施策のアロケーションや商材カテゴリを入力することで、認知や売上のシミュレーションが自動算出でき、さらに商材カテゴリや年齢性別による認知率・購買率分析も可能となる統合マーケティングツール「ブランドダッシュボード」を開発し、運用を開始いたしました。



今後も施策ごとに分析・検証し、ブランドパネル調査のパネル数及び商材カテゴリを増加していくことで、各転換率とシミュレーション精度を高めてまいります。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■
トレンドーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F
担当: 山口(やまぐち) / TEL: 03-5774-8873 / FAX: 03-5774-8875
お問い合わせメールアドレス press@trenders.co.jp