

2019年6月20日

株式会社電通デジタル

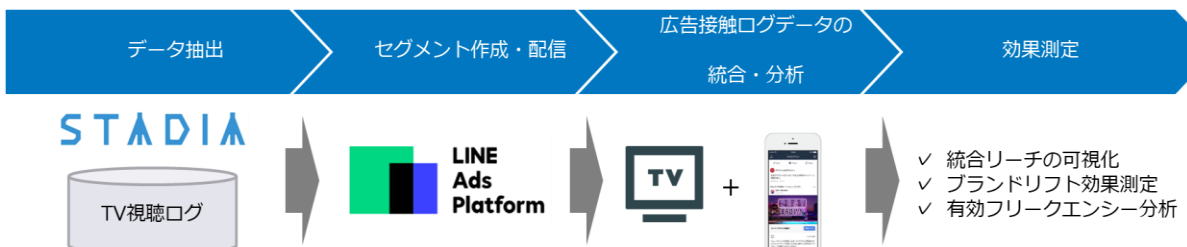
電通デジタル、LINE と連携し、 オンオフ横断の広告配信・効果検証ソリューションを提供開始 - 電通の「STADIA」とLINE Ads Platformがデータ連携 -

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木 禎久、以下、電通デジタル）は、電通が提供する統合マーケティングプラットフォーム「STADIA[※]」を活用し、LINE 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛、以下、LINE）の提供する運用型広告プラットフォーム LINE Ads Platform（以下、LAP）において、オンオフ横断の広告配信・効果検証ソリューションの提供を本日より開始します。テレビの実視聴ログに基づいてデジタル広告配信から効果検証までを担う「STADIA」と、LINE の保有する LAP 広告接触ログの連携により、実ログベースでのリーチ・ブランドリフト等を含めた広告効果検証が可能になります。

これまでも LAP において、「STADIA」のテレビ実視聴ログデータを使用したターゲティング配信の実施は可能でしたが、リーチや認知・好感度向上への貢献度などを実ログベースで検証することは困難でした。そこで電通デジタルと LINE が両社のデータを統合し、分析・検証可能でセキュアな環境を協同で整備することで、配信後のテレビ広告・LAP 広告の接触・非接触者の実ログに基づくリーチ計測と、マスとデジタル広告の統合効果検証までをパッケージ化しました。

先行事例の国内大手消費財メーカーでは、テレビ広告と並行して、「STADIA」から抽出した「テレビをあまり見ない層」と LAP の類似拡張機能を活用した類似属性を持つユーザーを掛け合わせ、広告を配信しました。その結果、通常配信と比較してテレビ広告に対するリーチの純増分が 1.7 倍に増加し、オンオフ統合リーチの最大化を実現しました。その後の効果検証では、LAP の類似拡張機能によって配信されたユーザーも「テレビをあまり見ない層」であることが確認でき、拡張精度も担保しています。

<配信から効果測定までの流れ>



電通デジタルは今後も、データを活用したより高度なソリューションを提供し、“人”基点のデュアルファネルTMによる統合マーケティングを推進してまいります。

※「STADIA」とは

電通が開発した「STADIA」は、テレビ広告やインターネット広告などへの接触に伴うサイト送客や会員登録といった行動喚起、また認知醸成や興味喚起といった態度変容の効果検証と改善施策を導くツールであると同時に、インターネットに結線されたテレビの実視聴ログをもとに推定したテレビ CM 視聴者に対する、インターネット広告の配信や OOH 広告のプランニングおよび広告効果検証が行える次世代統合マーケティングプラットフォームです。

以上

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部 広報グループ

島津・南口 TEL : 03-6217-6036

Email : press@dentsudigital.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ソーシャルメディア部 LINE グループ

落合・千葉 TEL : 03-6217-6220