

## RTB House が、2020 年における マーケティングテクノロジーの最重要トレンドを発表

ディープラーニング(深層学習)に基づいた最先端のマーケティングテクノロジーをグローバル展開する RTB House(本社:ワルシャワ、社長:ロバート・ディチコフスキー)は、2020 年におけるマーケティングテクノロジー(以下マーテック)の最重要トレンドを発表しました。業界の急速な発展とともに企業がトレンドを常に把握する必要がある中、課題となる消費者の行動予測や注目を集めるための最新の施策をご紹介します。

### 人工知能(AI)

人工知能は将来的に国際産業の重要分野を形成すると予測されており、技術開発はすでに進められています。Techgrabyte によると、人工知能は今後数十年の間に様々な企業、産業、そして国に大きな商機を提供すると予想されているほか、2030 年までに世界の GDP を 14%押し上げるとも予測されています<sup>1</sup>。人工知能は消費者行動や検索パターンと、ソーシャルメディアやブログのデータを掛け合わせることが可能なことから、消費者がどのように商品やサービスを見つけているのかを企業が分析することに貢献します。

### パーソナライゼーション

2020 年におけるマーケティングの成功の決定要因はパーソナライゼーションだと予測されています。パーソナライゼーションを必要とするものは情報や商品、Eメールなど多岐にわたり、消費者の 63%が一般的な広告を迷惑だと思っているのに対して、パーソナライゼーション広告には消費者の 90%が好意的に捉えています<sup>2</sup>。Netflix がユーザーごとにおすすめの作品をカスタマイズしているのはパーソナライゼーションの成功例です。また、EasyJet は顧客の渡航履歴からその顧客が次回に行きたいと思うであろう旅行先を Eメールで提案しました。この施策では合計 1250 万件の Eメールが送信され、一般的な Eメール広告より 25%高いクリック率を達成しました<sup>3</sup>。

### ビデオマーケティング

ビデオマーケティングはすでにトレンドの主流であり、この傾向は継続すると考えられます。モバイル対応が進む中、ウェブサイトや Eメールを通じて伝えていた情報をビデオにまとめることも可能です。消費者はビデオのほうに納得感を持つことから Google はビデオを含むウェブサイトを検索結果上位に出し、その結果としてビデオを含むウェブサイトはテキストを含むサイトと比較した場合、最大 50 倍ものオーガニック検索経由のトラフィックを獲得すること

<sup>1</sup> [https://techgrabyte.com/economic-value-artificial-intelligence-growth-impact/?fbclid=IwAR2rJDGCm3JzpPx5\\_Njn189kjmKIE-ph\\_skZdbKGI3EoRBR4zLMGQOeLTQE](https://techgrabyte.com/economic-value-artificial-intelligence-growth-impact/?fbclid=IwAR2rJDGCm3JzpPx5_Njn189kjmKIE-ph_skZdbKGI3EoRBR4zLMGQOeLTQE)

<sup>2</sup> <https://instapage.com/blog/personalized-marketing>

<sup>3</sup> <https://blog.globalwebindex.com/marketing/personalized-marketing-works/>

## RTBHOUSE =

が可能です<sup>4</sup>。ライブビデオや顧客に合わせたビデオメッセージ、360 度ビデオやビデオの SEO 対策などが 2020 年ではより強固なトレンドになると予測されます。

### プログラマティックマーケティング

今年成長が予測されるトレンドとして、プログラマティックマーケティングがあります。プログラマティックマーケティングは人工知能を活用し、購入が見込まれるターゲットグループに向けた広告入札を自動化します。デジタル広告を通じた購入にパーソナライゼーションが期待されている今、プログラマティックマーケティングは企業が迅速かつ効率的に消費者にアプローチする費用対効果の高い手段であり、コンバージョン率の引き上げ、顧客獲得コストの低下が期待されます。

### ソーシャルコマース

E コマースとソーシャルメディアは急速に拡大成長しており、ブランドは売上高の最大化を目指してそれらを組み合わせて活用しています。2019 年 3 月に、Instagram はユーザーがプラットフォーム上で購入を完結できる Instagram Checkout を展開しました。この購入プロセスを効率化する機能により Instagram は企業の新規顧客開拓が容易になると考えており、販売側は消費者が購入プロセスの途中でアプリを切り替える必要のないことから、購入のキャンセルリスクを最小限に抑えられると期待しています。Instagram の約 10 億人のユーザーの 90% がショッピングブランドをフォローしているといわれる今、ビジュアルプラットフォームはメーカーにとって最適なツールとなっています。

---

### RTB House について

RTB House はポーランド・ワルシャワに本社を置き、最先端のマーケティングテクノロジーを世界のトップブランドに提供しています。RTB House はディープラーニング(深層学習)に基づいた世界初および唯一の広告入札エンジンを独自開発、広告主の短期・中期・そして長期の目標達成に貢献しています。2012 年の創業以来チームは急速に拡大しており、現在 500 人以上のプロフェッショナルがニューヨーク、ロンドン、東京、シンガポール、サンパウロ、モスクワ、イスタンブール、ドバイ、ワルシャワなど 30 以上の拠点で、1600 を超える提携企業にサービスを提供しています。2018 年には深層学習をアルゴリズム全てに展開したほか、新しいマーテックソリューションを発明・開発する AI マーケティングラボ、パフォーマンスに優れたダイナミックなディスプレイやビデオバナーを広告主に提供するソリューションを開発するクリエイティブラボを開設しました。

詳細は <https://www.rtbhouse.com/jp/> をご覧ください。

---

<sup>4</sup> <https://bluelist.co/blog/stats-to-understand-seo/>