

デジタル広告到達率をターゲットセグメント別に詳細に計測

— INDIGIM が新商品 Targeting Metrics をリリース —

株式会社インテージ・ニールセン デジタルメトリクス(以下 INDIGIM)は、新規開発商品の第1弾として Targeting Metrics(ターゲティング・メトリクス)を発表しました。Targeting Metrics は、メディア代表性のあるニールセン社のデジタル広告視聴率(英名 Nielsen Digital Ad Ratings)とインテージの高付加価値な消費者パネル情報を組み合わせ、ターゲットセグメントごとのデジタル広告到達率を測定するものです。今回、パソコンに表示されるウェブ広告を対象としたキャンペーンの効果計測サービスを明日2016年1月21日に開始します。

Targeting Metrics を活用することで、顧客(広告主、広告代理店、広告メディア)は性・年代といった基本的な切り口のみならず、実際の商品購入者属性などを活用したセグメントごとのデジタル広告到達率(“リーチ”)やターゲット含有率などを迅速に確認し、広告配信の効率化、マーケティング ROI の向上へとつなげることが可能になります。

今後も INDIGIM は、デジタル広告の購買行動へのインパクトを計測するサービスを追加してゆく予定です。

INDIGIM 商品の販売は、出資企業であるインテージとニールセンが行います。お客様へは、ご相談の折に営業担当をご紹介しますいただきます。

株式会社インテージ・ニールセン デジタルメトリクス

株式会社インテージ・ニールセン デジタルメトリクス(INDIGIM)は、日本のクロスプラットフォーム領域における新たな広告効果測定ソリューション開発を目指しています。INDIGIM は、日本の市場調査業界のリーディングカンパニーである株式会社インテージと、マーケティングインフォメーションとインサイト提供の分野におけるグローバルリーダーであるニールセンとの合併会社です。 www.indigim.co.jp

株式会社インテージ

株式会社インテージは、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。 www.intage.co.jp

ニールセン

ニールセン・ホールディングス N.V.は、世界的な情報・調査企業として消費者の視聴行動、購買行動の分析をおこなっています。各種データを組み合わせた世界レベルの測定・分析により、クライアントのパフォーマンス向上を支援します。ニールセンは、S&P 500 企業として、世界人口の90%をカバーする100カ国以上でビジネスを展開しており、日本での拠点はニールセン株式会社とニールセン・カンパニー合同会社です。 www.nielsen.com

INDIGIM Targeting Metrics についてのお問い合わせ

株式会社インテージ・ニールセン デジタルメトリクス

水口(みずぐち)久美子

Tel. 03-5295-2424

e-mail: inquiries@indigim.co.jp