

2024年1月16日

**複数のプラットフォームを横断し、TVCM と一元化して来店効果を可視化
～Tele-Digi AaaS から新機能提供開始～**

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下博報堂DYメディアパートナーズ）は、TVCM 及び主要プラットフォームにて配信されたデジタル広告による実店舗への来店効果を実際の広告接触データを元に分析する機能を Tele-Digi AaaS に搭載し、提供を開始します。広告による来店への効果を比較する際に、複数のプラットフォームを横断、さらに TVCM を含めて行うことを可能にしました。これにより、これまで困難だった店頭への来店を起点としたテレデジ統合でのメディアプランニングを実現します。

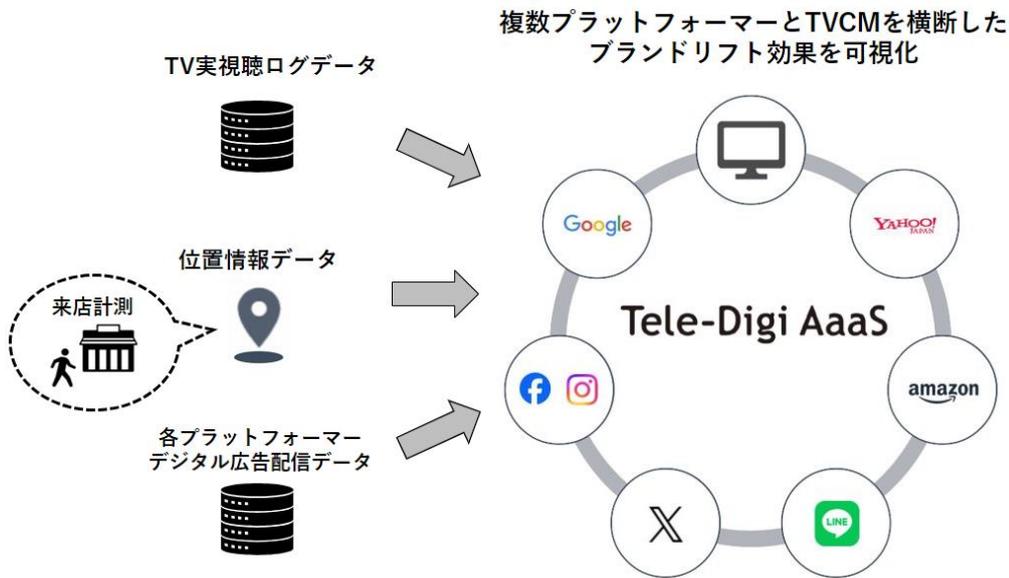
“Tele-Digi AaaS”は、博報堂DYメディアパートナーズが提唱する、広告主の広告効果最適化を通して事業成長に貢献する次世代型モデル「AaaS」(※1)のソリューションのひとつです。テレビとデジタル（テレデジ）を統合的に管理し、効果的・効率的な広告運用を行います。

AaaSTM
Advertising as a Service

Tele-Digi AaaS

実際のオフライン店舗に来店して購買や商談が行われる商材のマーケティング活動において、広告の効果を検証するうえで、来店行動を促すことができたかを知ることは重要な要素の一つです。従来も個別メディアごとの来店効果を検証する仕組みはありましたが、プラットフォーム横断・テレデジ横断・実ログベースでの来店効果は分析できず、テレデジ統合での広告プランニングができないという課題がありました。

本機能では、位置情報データに、弊社保有の大規模 TV 実視聴データや各プラットフォームの広告配信データを掛け合わせることで、複数プラットフォームを横断し、さらに TVCM を含めた形で広告接触がどの程度来店に寄与したかを横並びで比較することができます。これにより、広告接触ベースで来店効果の高い媒体が確認できるため、従来よりビジネスゴールに近い指標で広告効果の可視化ができ、広告予算配分の変更など、その後の出稿計画の改善が可能になります。



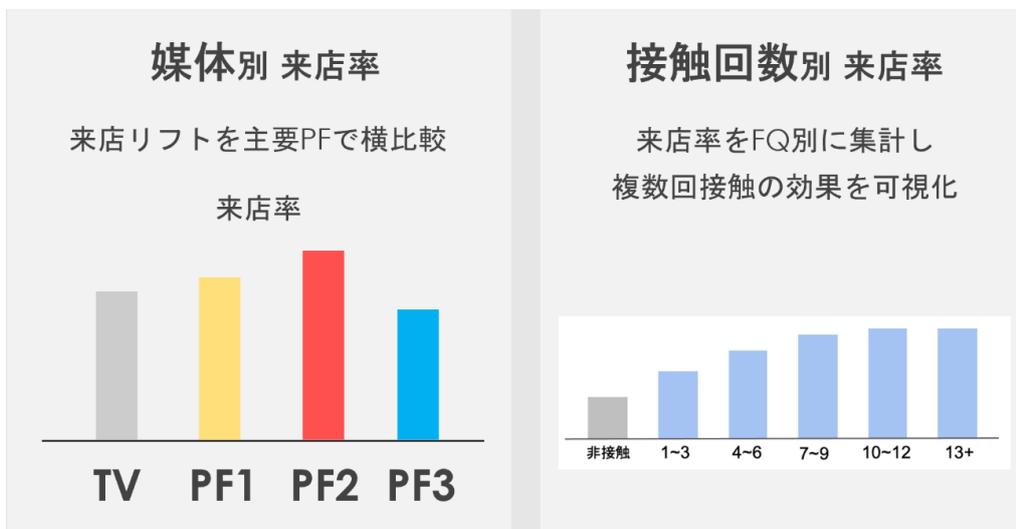
【提供する分析機能】

TVCMと主要プラットフォームを横断した来店効果の可視化

各媒体の広告接触が、どの程度来店に寄与したか横並びで確認できます。来店効果の高い媒体を把握したうえで予算アロケーションを変更するなど、その後の広告プランニング最適化に活用できます。

接触回数別の来店率

来店に効果的な接触回数を分析することができます。各媒体の最適な接触回数を分析し各メディアの特性理解を深めることで、最適な予算設計に活用できます。



博報堂D Yメディアパートナーズは、これからもテレデジ広告の効果最大化を可能にするさまざまなサービスを順次導入し、博報堂D Yグループの各広告事業会社とともに広告主の事業目標の達成に貢献いたします。

(※1) 広告業界で長らく続いてきた「広告枠の取引」によるビジネス（いわゆる「予約型」）から「広告効果の最大化」によるビジネス（いわゆる「運用型」）への転換を見据えた、博報堂D Yメディアパートナーズが提唱する広告メディアビジネスのデジタルトランスフォーメーションを果たす次世代型モデル <AaaS®は博報堂D Yメディアパートナーズの登録商標>

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂D Yメディアパートナーズ 広報室 山崎、戸田 Tel : 03-6441-9347

Mail : mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp