

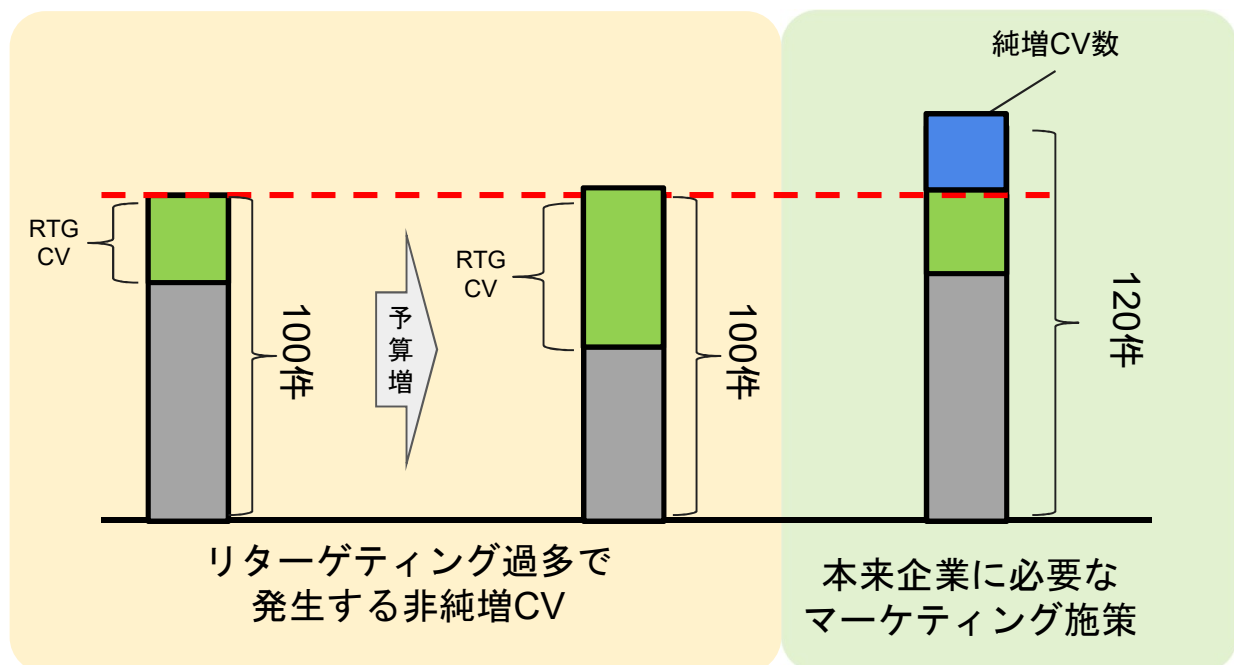
Lifunext、統計学を活用した広告効果分析サービス 「Actual RTG分析」の提供を開始

～売上の純増数への影響を分析することでより効率的な広告運用をサポート～

株式会社Lifunext（本社：東京都港区、代表：田村 一将、以下Lifunext）は、統計学に用いたプロモーション分析サービス「Actual RTG分析」の提供を、10月7日より開始いたします。これにより、組織のマーケティング戦略によりフィットした効率的な広告メニューの選択と予算投下が実現できます。

「Actual RTG分析」は、マーケティング施策として行っている各広告メニューがどの程度、売上の純増数に影響を及ぼしているかを、統計学を利用して影響度を定量化できる分析サービスです。時間帯や曜日、地域など、売上に影響する可能性ある変数を加味し、媒体ごとの影響度をランク付けることが可能となるため、売上影響度低い施策を把握し、無駄コストの削減に貢献します。

従来のマーケティング施策として、効果計測がしやすいラストクリックを使ったリターゲティング広告に多くの予算を投下している企業が多いのではないのでしょうか。下記図の黄色枠のグラフのように、デジタル広告予算の半分以上をリターゲティング広告に投下している企業の場合、リターゲティング広告の予算をさらに増やしても、コンバージョン数は伸びたが全体の売上には影響していない（もしくはしていたとしても微増）ということがわかります。しかし、本来マーケティング施策を行うことで得たい効果は、緑色の枠のグラフのように、コンバージョン数を増やしつつ、売上を伸ばすことができる施策だと考えます。



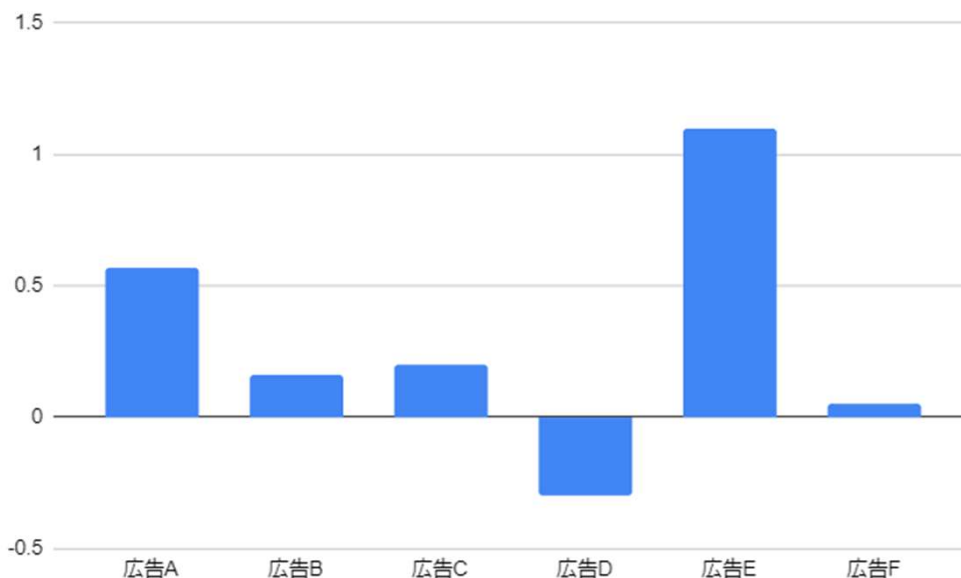
リターゲティング広告は、すでにサイトを訪れ購入確率の高いユーザーに、効率よく広告を配信 coming している反面、全てのコンバージョンが売上の純増につながっているわけではありません。マーケティング施策の本来の目的である全体の売上純増へ大きな影響を持つデジタル広告では、コンバージョンという数値が見えている反面、このような状況に陥ることが多々あるかと思えます。

新サービス「Actual RTG分析」では、現在行っているデジタル広告施策の中で、売上の純増に直接影響していない(=実施しなくても売上が下がらない)施策発見に役立てることが可能です。

「Actual RTG分析」は、統計学を駆使し、これまでの広告配信データに基づいた分析を実施いたします。指標がラストクリックCVのみとなってしまう、コンバージョンの純増数への効果的な施策影響が把握しづらいと感じられていたお客様の悩みを解決することを目的に、Lifunextが得意とする統計学的アプローチをマーケティング領域に組み込んだサービスとなります。

例として、下記A社が実施しているA～Fの広告媒体がもたらす広告配信における影響度は、Eの広告媒体が最も強い影響を与える変数であることがわかり、反対にDの広告媒体は、売上の純増に寄与していないことがわかります。このように統計学を用いた分析を行うことで、現状のマーケティング施策における、より効果的な予算配分が可能となります。

A社のデジタル広告実施媒体と変数増減法を用いた統計学分析



Lifunextは、これからもお客様のより高度なマーケティング戦略のお手伝いを目指し、スキルの継続的な向上ならびにサービスの品質向上に手を緩めることなく、真摯に取り組んでまいります。

【株式会社Lifunext 概要】

- ❑ 会社名：株式会社Lifunext（ライフネクスト）
- ❑ 所在地：〒106-0047 東京都港区南麻布五丁目10番37号 Esq広尾 5階
- ❑ 代表：田村 一将
- ❑ 事業内容：1.デジタルマーケティングコンサルティング事業、2.メディア事業

スライド 2

- 1 黄色掛け部分、「指標はクリック数のみ」ではなく、「ラストクリックCV」が適切。純増数は、“何が”純増してるのか（今回は総CV数ですかね？）を明記した方が良いかと思います。
Katsuhiko Horikawa, 2019/10/02
- 1 +k.horikawa@lifunext.com 修正完了！
Kazumasa Tamura, 2019/10/02