

2023年9月21日

**複数のプラットフォームを横断し、TVCMと一元化してブランドリフト効果を可視化
～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ブランドリフト（態度変容）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。ブランドリフト効果の比較を、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、これまで困難だった態度変容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。

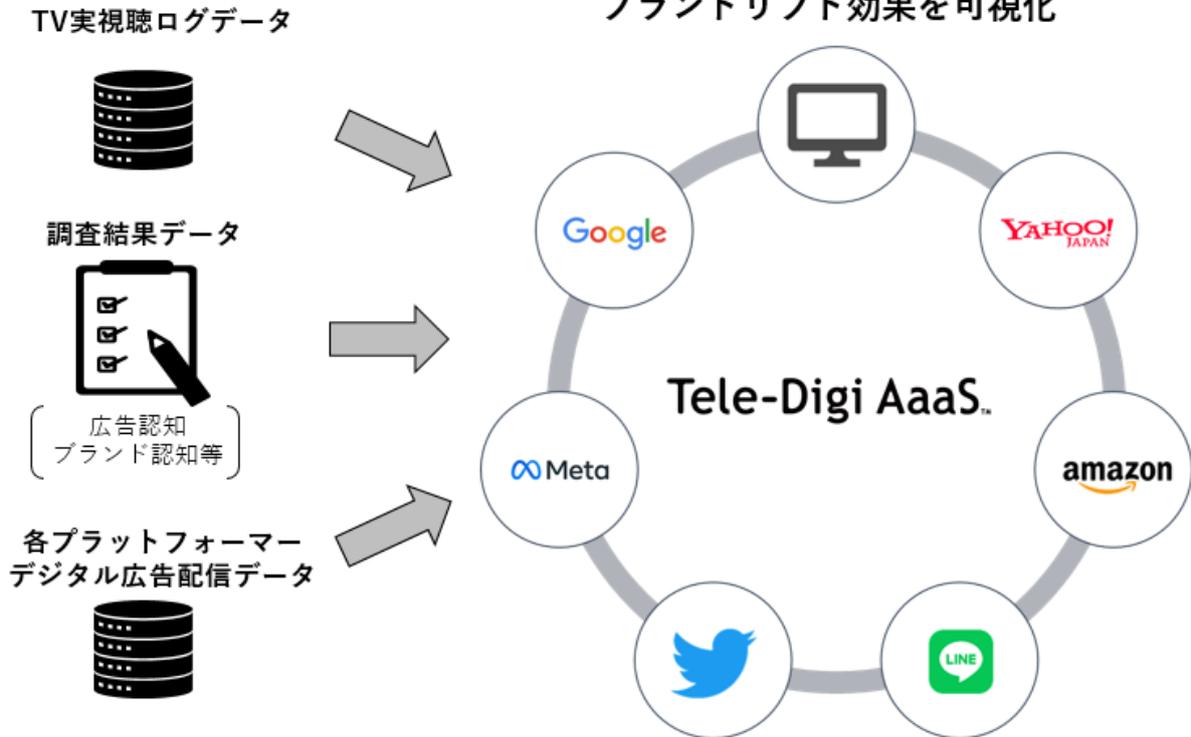
AaaSTM
Advertising as a Service

Tele-Digi AaaS

マーケティングにおいて、ブランディングを目的とした広告を出稿する場合、態度変容が起きたかどうかを知ることは広告の効果を示す上で重要な要素の一つです。従来、キャンペーン調査により、広告によって認知や好意などの意識の変化がどの程度起きたか検証されてきました。しかし、従来の調査では広告接触有無が意識ベースの調査でしか測定できておらず、信頼性の低い分析となってしまう課題がありました。また、プラットフォーム毎にアクチュアルの広告接触データを元にした効果可視化の仕組みはあったものの、プラットフォーム横断では分析が出来ず、具体的なメディア戦術に落とし込むことが出来ないといった課題もありました。

本機能では、広告認知などの意識指標の調査データに、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、さらにTVCMを含めて、広告接触がどの程度ブランドリフトに寄与したかを横並びで比較できます。これにより、広告接触ベースで態度変容効果の高い媒体を確認し、予算アロケーションの変更など、その後の出稿・配信最適化を行うことが可能になります。

複数プラットフォームとTVCMを横断した ブランドリフト効果を可視化



【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ブランドリフト効果の可視化

各媒体の広告接触が、どの程度ブランドリフトに寄与したか横並びで確認出来ます。態度変容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、その後の出稿・配信最適化に活用できます。

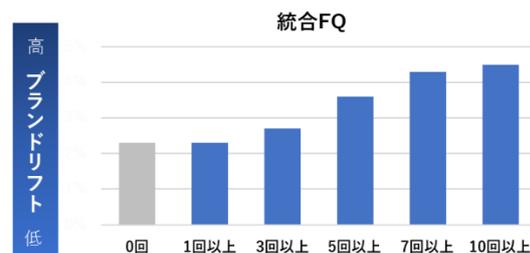
接触回数別のブランドリフト

ブランドリフトに効果的な接触回数を分析することが出来ます。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。

媒体を横断したブランドリフト効果の可視化



接触回数別のブランドリフト



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