

AUDIENCE SCIENCE

AudienceScience データマネジメントからメディアバイイングまで可能にした一気通貫のプラットフォームの提供を開始

2013年7月16日
AudienceScience Japan 株式会社

AudienceScience Japan 株式会社(所在地:東京都渋谷区 カントリーマネージャー:田中 洋一 以下 AudienceScience) は、オーディエンスデータマネジメントからターゲットしたオーディエンスへのメディアバイイングまで一気通貫のマーケティング活動を可能とした、AudienceScience Gateway を今秋日本で提供開始します。

AudienceScience は 10 年に渡ってデータマネジメントプラットフォームの提供実績があり、グローバルで 100 社を超えるメディア企業にソリューションを提供しています。その実績と経験からメディアバイイングまで可能とした広告主向けのソリューションを開発しました。既に先行して世界を代表する消費材メーカーにグローバルで導入され、先進的な取り組みが行われています。

AudienceScience Inc. CEO マイク・ベラルタは「日本は世界の中でも最もデジタルに精通している国のひとつですので、先端のデジタルマーケティングテクノロジーを容易にマーケティングに活用されるでしょう。AudienceScience は日本のお客様にワールドクラスのエンタープライズプラットフォームのご提供と、継続的なサポートをお約束します。」と述べています。

広告主向けソリューションの AudienceScience Gateway では、オーディエンスデータマネジメント機能に加え、広告のバイイング機能を搭載したプラットフォームにすることで、シームレスにオーディエンスターゲティングを実現できるほか、オーディエンスとの接触回数を管理するフリークエンシーコントロールを可能にし、キャンペーンの最適化を実現します。

またこの統合プラットフォームを利用することで、複数のバイイングツールからキャンペーンを展開したため、オーディエンスがコンバージョンしたのに広告が表示され続ける、というブランドへの悪影響を回避します。

<製品の特徴>

● オーディエンスデータ

オンラインストア、コーポレートサイト、ブランドサイトなどオウンドサイトのオーディエンスデータ、メディアのオーディエンスデータ、第三者のオーディエンスデータを統合して

一元化します。これにより自社サイトではセグメント化するために十分ではなかったオーディエンス情報をリッチにします。

- インサイト

属性、嗜好、行動履歴、またはこれらの組み合わせ条件によってセグメント化したオーディエンスが、この条件以外にどのような共通点や傾向を持っているのか、データを分析してオーディエンスのインサイトを発見します。発見したインサイトを広告バイイングや訴求メッセージなどマーケティング活動に活用します。

- メディアバイイング

現在の主流である、メディアの広告枠をインプレッション単位でバイイングするスタイルから、オーディエンスセグメント単位でバイイングするスタイルのオーディエンスターゲティングを提供しています。

プラットフォーム上でバイイングまで一貫通の管理をすることにより、フリークエンシー（広告接触回数）のコントロールが可能となり、接触回数によって訴求内容を変化させるなど、オーディエンスとの継続的なコミュニケーションを実現します。



AudienceScience とは

AudienceScience はグローバル企業や複数事業に渡る組織でのデータ資産の統合と、キャンペーンの一元管理を可能にした SaaS ベースの AudienceScience Gateway を提供する、エンタープライズ向けデジタルマーケティングテクノロジー企業です。

AudienceScience Gateway はマーケターがオーディエンスデータを管理し、データからシームレスにマーケティングキャンペーンを実施し、アクションにつながるオーディエンスインサイトの発見を可能にします。

世界展開しているブランドの大企業は AudienceScience Gateway を活用することで、デジタルメディアキャンペーンを劇的に効率化することに成功し、またオーディエンスの継続的なコミュニケーションを実現しています。

<http://www.AudienceScience.com>

<本リリースに関するお問い合わせ>

AudienceScience Japan 株式会社

広報：川角（かわすみ）

03-6805-1974