

2023年4月4日

テレビ・デジタル広告統合管理ダッシュボード
「MIERO Digi×TV (ミエロ・デジテレ) Basic」を提供開始
-より低価格に、広告運用効率化とマーケティング戦略の迅速な意思決定を支援-

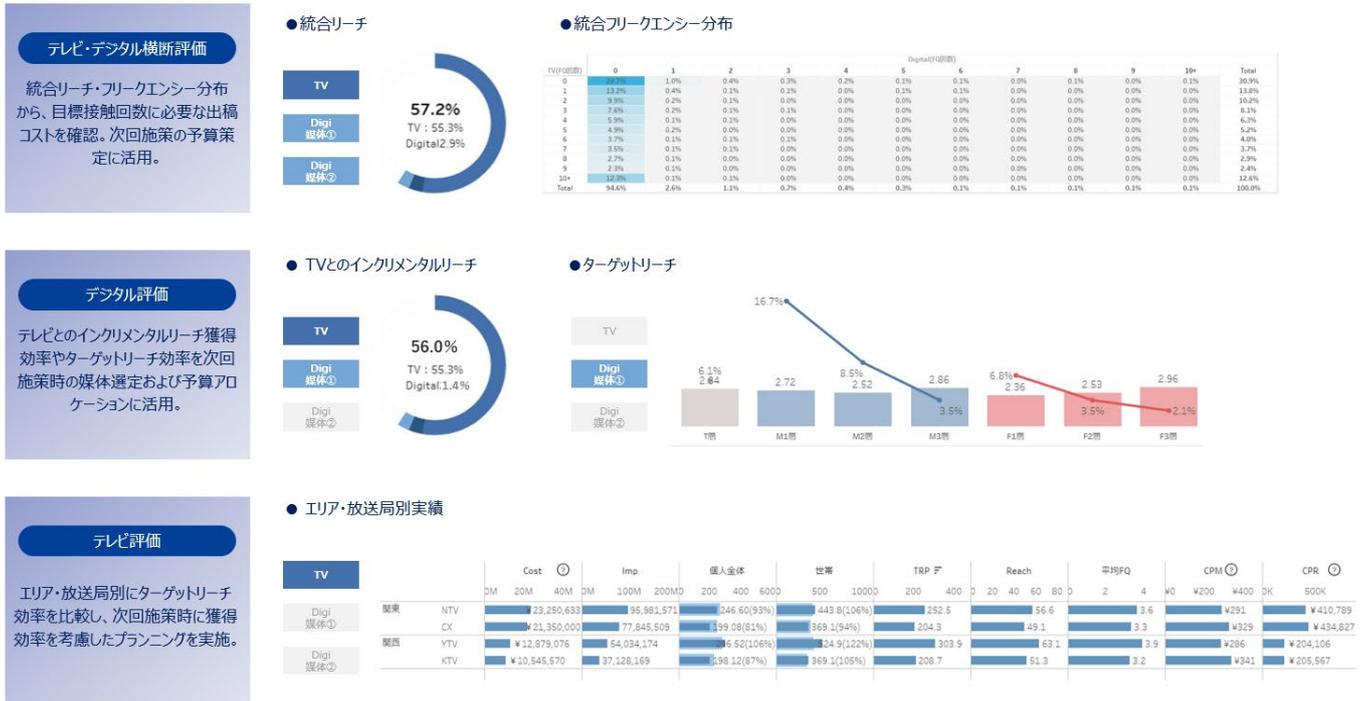
株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：樽谷 典洋、以下「電通」）と株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：瀧本 恒、以下「電通デジタル」）は、テレビとデジタル広告を横断した出稿状況を一元管理し、統合分析が可能なダッシュボード「MIERO Digi×TV Basic」の提供を本日より開始しました。2021年11月に発表した「MIERO Digi×TV※」の基本的な機能は維持しながら、従来の約4分の1の価格で提供し、マーケティング活動における迅速な意思決定の支援をさらに拡張していきます。なお、従来の「MIERO Digi×TV」は、「MIERO Digi×TV Real-time」と名称を変更し、継続して提供します。

近年、企業のマーケティング活動において、データを活用した意思決定が欠かせないものとなっています。一方で、メディア環境は多様化・複雑化し、データの収集・分析を行う人的、時間的コストは増大しており、最も重要な意思決定に時間を割けないこと、意思決定が遅くなることなどが大きな課題となっています。

このような課題に対して、電通と電通デジタルは、2021年11月に統合マーケティングダッシュボード「MIERO」を発表し、データの収集・分析を自動化し、誰もがいつでも、容易にデータにアクセスできる環境を整え、スピーディかつ適切な意思決定に貢献することを目指してきました。

今回発表した「MIERO Digi×TV Basic」は、「ダッシュボード機能をもっと手軽に導入・活用したい」という企業のニーズに応え、テレビとデジタル広告の出稿状況の統合分析を、これまで以上に低価格で提供します。広告キャンペーン終了後、最短19営業日で分析結果を可視化することができ、スピーディにキャンペーン単位のPDCAを実施することが可能になります。本サービスは、テレビ・デジタル広告の統合リーチ・統合フリークエンシーの算出や、エリア・性・年代ごとのリーチを可視化でき、認知獲得やターゲットリーチ獲得施策に活用可能です。また、統合分析だけでなくテレビ単体でのエリア・放送局別のターゲットリーチ効率比較や、デジタル単体でのターゲットリーチ効率の比較や媒体選定および予算アロケーションにも活用できます。電通と電通デジタルのプランナーは、顧客企業の担当者と共に本サービスのデータを読み解き課題解決の提案を行うことで、マーケティング活動の高度化と持続的な事業成長を支援します。

< 「MIERO Digi×TV Basic」 具体的な活用例 >



【リリースに関する問い合わせ先】

dentsu Japan コーポレートディベロップメントオフィス

田中、宮田、藤田

Email : jigyokoho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 データ・テクノロジーセンター

Email : miero@group.dentsu.co.jp