

2019年8月29日

電通と電通デジタル、データを活用したテレビ CM の クリエイティブプランニング高度化を図るサービスを提供開始

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）と株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、社長：鈴木 禎久）は、2017年12月にリリースした、データに基づいて動画広告表現のパフォーマンス向上を図るサービス「BRAND LIFT CHECKER®」（ブランド・リフト・チェッカー、以下 BLC）の対象をネット動画からテレビ CM まで拡大し、本日より提供を開始します。

BLC とは動画広告の態度変容を予測するシミュレーションツールで、視聴者の態度変容に効果的な広告表現の「要素」や「組み合わせ」を推奨してくれる「最も人のココロを動かす動画広告の制作サポート」を行うサービスです。このたび、以下の機能を追加しました。

①分析対象をインターネットの動画広告だけでなくテレビ CM まで拡大

これまでの 4,000 件を超えるインターネット動画広告に加えて、今回新たに 2,000 件のテレビ CM について表現要素と態度変容の関係を分析しました。どのような表現要素が態度変容項目に有効なのか、電通のトップクリエイターによる検証を経て、181 項目にわたる「要素」とその「組み合わせ」の効果を予測することが可能となりました。

②AI 搭載により業種やターゲットのデモグラフィックごとの、より細かい粒度のシミュレーションが可能に

新たなデータセットの追加と、より複雑化するシミュレーションに対応するべく、AI によるモデリングを搭載しました。業種とデモグラフィックを掛け合わせた上で、動画クリエイティブ内の各要素がどのように態度変容へ影響するのかシミュレーションが可能になりました。

これにより制作した動画がどの層のどの KPI をリフトする効果を持っているのかを可視化でき、AB テストを実施しながら精度を高めていく従来の手法を用いることなく、事前のより高精度な予測に基づき、クリエイティブ観点でテレビ CM とネット動画いずれのパフォーマンスもシミュレーションできるようになります。

対象媒体



機能

機能01 コンテを作る参考に 貢献度の高い表現項目チェック

KPI 業種

ターゲット

メニュー

入力すると

➤

企画	演出	撮影・編集
1.000	1.000	1.000
2.000	2.000	2.000
3.000	3.000	3.000
⋮	⋮	⋮

入力条件に応じ、リフトアップ貢献度の高い表現項目をランキング表示

機能02 実際のコンテ・動画を 表現項目の組み合わせ毎でリフト値シミュレーション

KPI ターゲット

メニュー 業種

+ 表現項目

全181項目から複数選択

※例: 「ナレーションが入っている」
「冒頭に音のアテンションがある」

入力すると

➤

ブランドリフト値をシミュレーション

メニュー: TrueView KPI: 広告想起 ターゲット: M1 業種: 消費財

ランク **A** リフト値 **●●●●%**

KPI

広告想起

ターゲット

Teen

< 「BRAND LIFT CHECKER®」 ロゴマーク >



BRAND LIFT CHECKER®

今後も電通グループは、クリエイティビティーと、“人”基点の各種データや最新テクノロジーを保有する企業との提携を通じて、「People Driven Marketing®」※の基盤を強化し、顧客企業の目標に対してより精緻な企画と実施で貢献してまいります。

※電通と電通デジタルは2017年9月に、“人”基点で電通グループ内のマーケティング手法を結集・高度化した統合フレームワーク「People Driven Marketing®」（以下、PDM）を開発した旨を発表しております。BLCはそのPDMサービスの一環となります。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 広報部

山口、升森 TEL : 03-6216-8041

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部 広報グループ

島津、南口 TEL : 03-6217-6036

Email : press@dentsudigital.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

BRAND LIFT CHECKER 事務局 brandliftchecker@dentsudigital.co.jp