

2021年3月18日

**広告主の KPI に沿った CM1 本ごとの “反応” を分析・可視化し、
広告費の効率化・効果の最大化を実現
— 「レスポンスコネクター・ダッシュボード」を開発 —**

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：五十嵐 博）は、テレビ CM の効果を出稿翌日に可視化するダッシュボードサービス「レスポンスコネクター・ダッシュボード」を開発、提供開始します。広告主が設定したダウンロード件数、購入件数、サイト来訪数などの KPI と「CM 出稿データ」を紐づけることで、CM1 本単位の効果測定を可能にします。同時に、CM テストの際に最適な素材数や出稿エリアを算出するツールも開発。これにより広告主の効率的な事業拡大・見込み顧客獲得の第一歩につなげます。

Response Connector Dashboard

テレビ CM は伝統的に「認知・ブランディング」に寄与するメディアとして活用されてきましたが、近年、CM 出稿の目的を「獲得・コンバージョン」に設定する広告主が増えています。それに伴い、顧客の獲得、利益、その先のロイヤル化など、広告主が設定した KPI に対する効果が見えにくいといった課題も見えてきました。

「レスポンスコネクター・ダッシュボード」は、CM1 本ずつに対し、広告主が設定した KPI 項目と紐づけることにより、出稿効果を細かく検証するツールです。どの曜日・どの時間帯で CM に効果があったかを分析し、ユーザーへの「即時的な広告効果」を可視化できます。さらには、質の高いユーザーの反応、すなわち LTV（Life Time Value）など「中長期的な広告効果」も継続的に分析することが可能です。本ツールの計測ロジック（特許出願中）は、すでに 50 社以上に提供実績があります。設定した KPI に対してオンエアが複数ある場合には、重複カウントを避け、さらにシーズナリティ（CM 未実施時期に与える要因を考慮した数値）を精密に加味した形で分析を行います。また、難しいデータ連携作業やアカウント作成などが不要なため、日々のデジタル広告実績との連動や、効果の比較にも便利です。

●設定可能な KPI と必要なデータ

- ・ 月日時分のアクションデータ（ダウンロード件数、購入件数、サイト来訪数など）
- ・ 月日時分のテレビ CM 出稿データ

●対象エリア

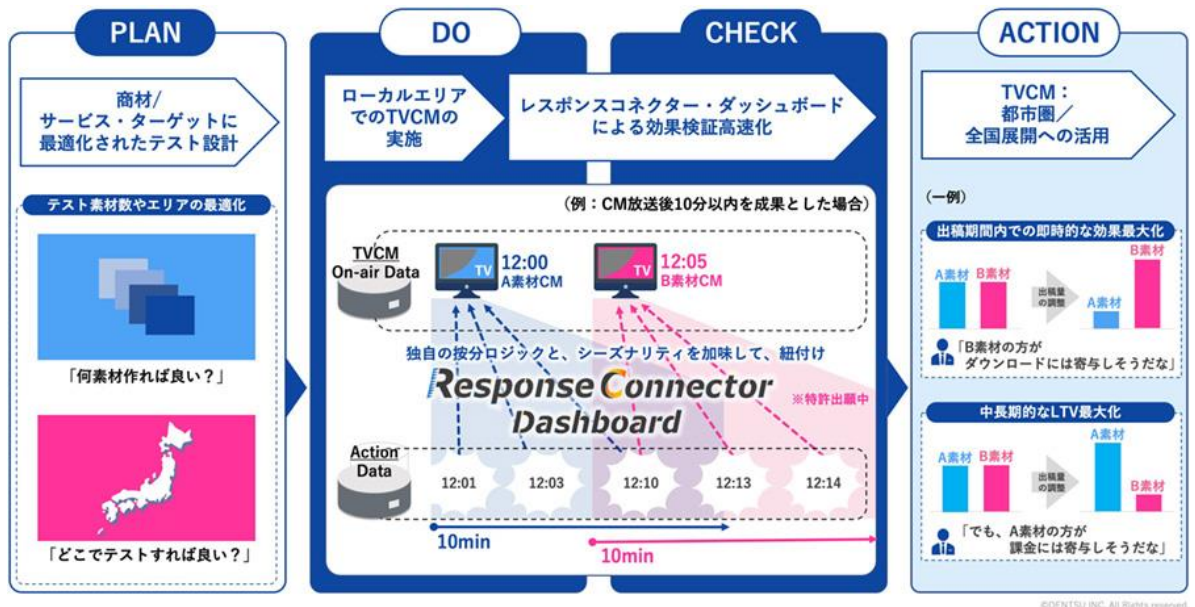
すべての放送エリアに対応

●ダッシュボードイメージ

「素材別・曜日別・時間帯別・番組名・番組ジャンル別」などの効果を、「エリア」や「CMの影響時間幅」を指定した上で可視化することが可能です。ダッシュボードの内容は広告主のオーダーに応じ、あらゆるカスタマイズに対応します。



●PDCAにおける利用イメージ



●「素材数・出稿エリアの最適化ツール」を標準装備

CMテストに当たり、「どの程度の差が出れば、素材Aよりも素材Bが良かったのかが分からない」という疑問に対し、ターゲット・実施想定エリア、出稿量などを指定すれば、“統計的に有意な差”が出るために必要なクリエイティブ素材数を逆算し、プランニング段階で最適化するツールです。また逆に、ターゲット・素材数、出稿量などを指定して、最適なエリアを算出します。

電通は今後も、テレビ広告出稿における効果の分析・可視化を進化させるとともに、電通の強みであるバイイング力、最適なクリエイティブの制作などで、企業のマーケティング活動に貢献してまいります。

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部
陳、山田
Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

レスポンスコネクター 運営事務局
Email : res-connect@dentsu.co.jp