

2024年12月11日

株式会社電通デジタル

電通デジタル、広告施策で生活者の最適な認識変化を 促すサービス「Perception Shift Analyzer」を提供開始 -データクリーンルームの大規模かつ精緻なデータを活用し、 ターゲット分析から配信、効果検証まで一気通貫でサポート-

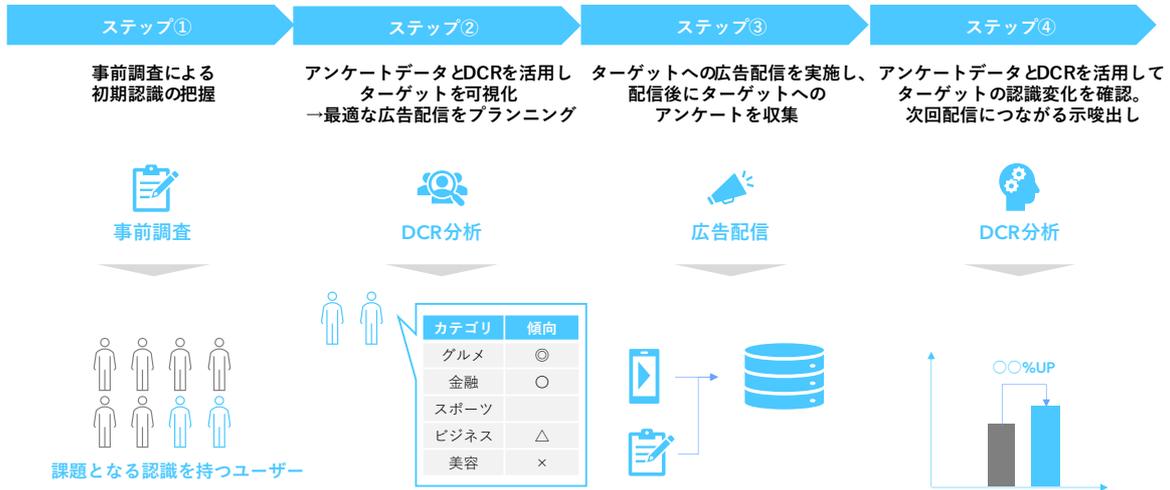
株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：瀧本 恒 以下、電通デジタル）は、デジタル広告配信施策において、企業の商品やサービスに対する生活者のパーセプション（知覚、認識）を適切な状態に変化させるための支援を実施するサービス「Perception Shift Analyzer」を開発し、本日より提供を開始します。

広告市場において、多くの企業は直接的な購買やコンバージョン率の増加を目的とするとともに、認知度向上やブランドイメージ醸成においても重点を置いています。一方で、生活者の趣向や行動が著しく多様化している昨今、デジタル広告配信施策において、生活者の商品やサービスへのパーセプションが企業の戦略通りに変化できているのかを、従来の広告指標であるインプレッションや視聴完了率などの数値のみで判断することは困難になっています。

このような背景において電通デジタルでは、生活者の商品、サービスへの捉え方を精緻に分析して可視化し、理想的なイメージへと導くため、事前調査によるターゲット分析、戦略立案、配信、効果検証まで一気通貫でサポートする本サービスを開発しました。特長的な点として、顧客の属性や興味関心などのデータ分析において、従来のアンケート調査とともに、大規模かつ精緻な分析が可能なデータクリーンルーム（DCR）を活用し、アンケート回答結果だけではわからない行動データから導き出される興味関心情報をかけ合わせた分析結果を抽出します。これにより、広告配信が生活者のパーセプションに与える影響を可視化し、変化の要因や影響を受けやすい対象を分析することで、効果的な広告戦略の設計を支援します。

<「Perception Shift Analyzer」4ステップ>

 Perception Shift Analyzer



■ステップ 1：事前調査による初期認識の把握

初期の市場全体に対するアンケート調査により、企業の商品やサービスに対する生活者の現状認識（状態 A）を把握し、企業が理想とする認識（状態 B）とのギャップを把握。

■ステップ 2：ターゲティング設計

企業が理想とする認識（状態 B）をすでに持っている生活者に関して、DCR を活用して大規模な行動データと紐づけ、属性、興味関心を分析。それによりどの生活者にどのような広告を届けると効率的に生活者のパーセプション変化を促せるかの最適解抽出。その結果を用い、状態 A の生活者を DCR で特定し、最適な広告配信をプランニング。

■ステップ 3：広告配信の実施

分析結果に基づきターゲット層に広告を配信し、生活者のパーセプション変化を促す。その後、ターゲット層に認識の変化を問うアンケート調査を実施。

■ステップ 4：広告配信後の調査と効果検証

DCR を活用した事後調査により ID 単位で広告接触有無を判別。広告によって商品、サービスへの認識変化がどの程度起きているかを検証し、広告施策の効率を比較。その結果から次回施策のさらなる効率化を検討する。

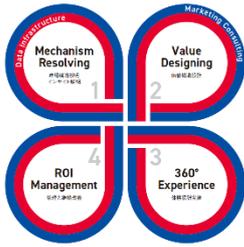
電通デジタルは、「Perception Shift Analyzer」をはじめ、生活者理解の深化からターゲティング戦略およびクリエイティブ戦略の最適化、効果検証に至るまで、企業がデータに基づき持続的な成長を遂げるための統合的なソリューションを提供しています。今後も、クライアント企業のマーケティング課題に貢献し、変革に向けて支援してまいります。

<本プレスリリースに関する解説記事はこちら>

●電通デジタルオウンドメディア「Knowledge Charge」

データクリーンルームを活用してブランド広告の効果を検証できる Perception Shift Analyzer の活用事例を紹介

<https://www.dentsudigital.co.jp/knowledge-charge/articles/2024/2024-1211-dcr>



データクリーンルームに関する取り組みは、dentsu Japan が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」において、動脈となる「Data Infrastructure（データシステム基盤）」の基幹サービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

以上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、国内最大規模の総合デジタルファームです。「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」をパーパスに、生活者に寄り添うクリエイティビティとテクノロジーを統合的に活用することで、あらゆるトランスフォーメーションを実現しています。クライアント企業の事業成長パートナーとして、共に新たな価値を創造することで、経済そして社会の「変革と成長」を目指しています。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ブランディング&コミュニケーション部 社外コミュニケーショングループ
北川・横田 Email : press@dentsudigital.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル ストラテジー部門
仲井・佐藤 Email : mfg-solutions@group.dentsu.co.jp