

2017 年 12 月 5 日

株式会社電通デジタル

株式会社電通

電通デジタルと電通、クリエイティブ観点で、動画広告の最適化を実現するサービス「BRAND LIFT CHECKER」の提供開始

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役 CEO：樽谷 典洋）と、株式会社電通（本社：東京都港区、社長：山本 敏博）は、クリエイティブ観点でマスとデジタル媒体向けの動画広告の最適化を実現するサービス「BRAND LIFT CHECKER™（ブランド・リフト・チェッカー）」を開発し、本日より提供を開始します。

両社は 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いますが、今回の「BRAND LIFT CHECKER™」はその PDM サービスの一貫となります。

本サービスを活用することにより、①マス媒体向けに開発した動画広告をデジタル媒体向けにアレンジする場合や、②デジタル媒体向けに動画広告を展開する場合、の両方において、“最も人の心を動かす、最適な動画広告”の制作サポートができるようになります。

本サービスの開発に当たっては、過去に蓄積した 2,978 件の YouTube 動画広告で実施した「ブランド効果測定※」をベースに、電通の CM プランナーによる独自のクリエイティブ観点からの 178 項目に及ぶチェックと、データサイエンティストによる分析を加えることで、人の態度変容を促す動画広告の要素・組み合わせを解明するに至りました。178 の中には、「冒頭 1 秒以内にブランド名が出る」「著名人が出演している」といった自動的に機械で判別可能な項目に加え、「感動的」「かわいい」といったような人にしか判別できない項目も含まれています。

従来のデジタル広告のクリエイティブでは、事前に高精度な成果予測を立てて効果の最適化を図ることは困難であったことから、これまでは個別案件ごとに AB テストが行われ、実施しながら精度を高めていくという手法が用いられていました。しかし、廉価に大量の広告クリエイティブを制作して試すという手法では、かえってブランドを棄損させてしまうのではないかと懸念もあり、そうしたリスクへの対応も求められていました。

今回、電通デジタルと電通で開発した「BRAND LIFT CHECKER™」では、こうしたリスクへの対応にも役立ちます。

今後も電通グループは、クリエイティブと、“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、PDM 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。

※ ブランド効果測定

さまざまな測定ツールを使用してブランド認知度や広告想起率など、ブランドへの関心度を高めるキャンペーンの効果を測定する Google のソリューション

<BRAND LIFT CHECKER ロゴ>



BRAND LIFT CHECKER™

以 上

【本件に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル 広報グループ

竜野・南口 TEL : 03-6217-6036

Email : press@dentsudigital.co.jp

株式会社電通 コーポレートコミュニケーション局 広報部

小川・溪 TEL : 03-6216-8041