

2020年3月26日
株式会社電通デジタル

電通デジタルと電通 “人”基点でデジタル×テレビの広告効果を最大化 —プロジェクト「デジテレMAX」、150人体制でサービスの提供を開始—

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長：川上 宗一 以下、電通デジタル）と株式会社電通（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：五十嵐 博 以下、電通）は、デジタル広告とテレビ広告の効果を最大化させることを目的としたプロジェクト「デジテレMAX」を設立、サービスを開始しました。

オンラインメディアだけでなくオフラインメディアでも様々なデータの取得・分析が可能となった現在、各企業は自社で取得した様々なデータによる独自のマーケティング指標によって事業運営を行っています。インターネット広告とテレビ広告の併用がマーケティング活動に高い効果を発揮することは実証されており、特に日本市場においてテレビ広告は今なお高い効果を持つメディアです。この両メディアを統合して運用する領域において、電通グループは数多くの知見と実績を蓄積してきましたが、メディアごとに買い付け単位や効果指標が異なることは課題でした。

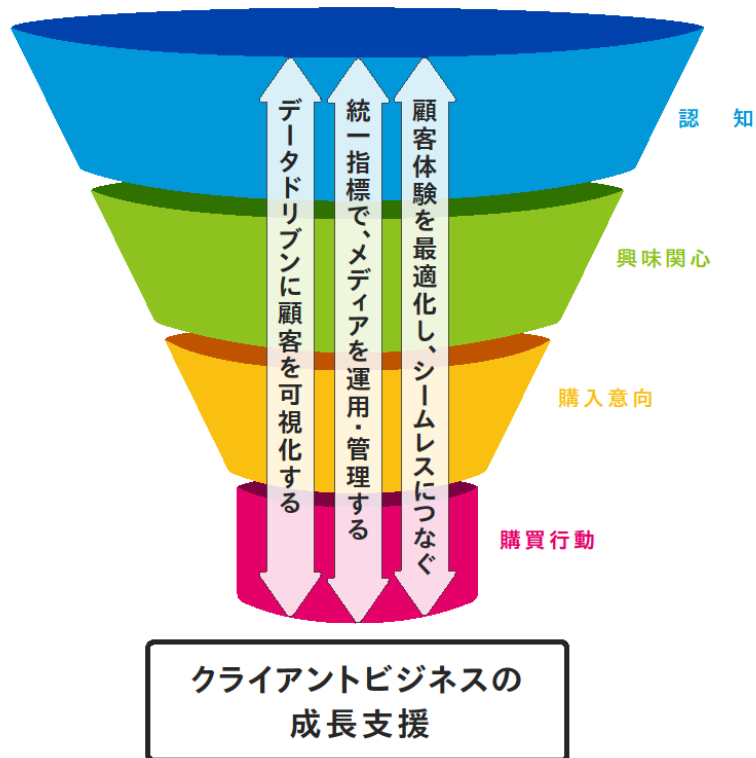
その課題に対し、“人”基点によるマーケティング「People Driven Marketing®」を推進してきた国内電通グループ2社は、データマーケティング、メディアプランニング、クリエイティブの各部門が連携し、様々なノウハウやデータに基づくPDCAの推進を加速させるため、新たなプロジェクトを開始しました。

例えば、519万台のインターネットに結線されたテレビ視聴データを活用して、テレビを見ている人にデジタルでも情報をお届けすること、興味関心の違い別で適切な広告コンテンツを出し分けることなど、総勢約150人のスペシャリストが“人”基点でより精緻にマーケティングプランニングを行い、マーケティングROIをより改善して顧客企業の事業成長に貢献します。

■「デジテレMAX」のロゴと概要

**“People Driven”でデジタルとテレビを統合的に運用し、
顧客企業の事業に貢献するプロジェクト**





- 各企業が保有する 1st パーティデータに加え、2nd パーティデータや電通グループ独自の統合マーケティングプラットフォーム「People Driven DMP[®]」などの 3rd パーティデータと連携させることで、顧客像をより立体的に可視化し、顧客に応じた施策を実施することができます。
- メディア接触データや購買行動データなど様々なデータをつなぐことで統合的なメディアプランニングを行い、さらに独自のターゲティング技術で効果の期待できる顧客へのアプローチを実行していきます。
- 電通デジタルのアドバンスト・クリエイティブ・センターと、電通に 2 月 1 日付で新設されたデータドリブン・クリエイティブ・センターが協業し、テレビ広告とデジタル広告の相乗効果を生み出すプランニングのメソッド化や、最適な制作ワークフローの整備、表現の最適化を実現するソリューション開発等を行っていきます。

以 上

【本件に関する問い合わせ先】

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

竜野・横田 TEL : 03-6217-6036

Email : press@dentsudigital.co.jp

株式会社電通 広報局 広報部

平松・升森 TEL : 03-6216-8041

【事業に関する問い合わせ先】

デジテレMAX問い合わせ窓口

Email : d-tv-max@dentsu.co.jp