

メディアを横断した 広告効果の可視化と 改善プログラム



メディアの予算配分に根拠がなく、成果に結びついているか不安...

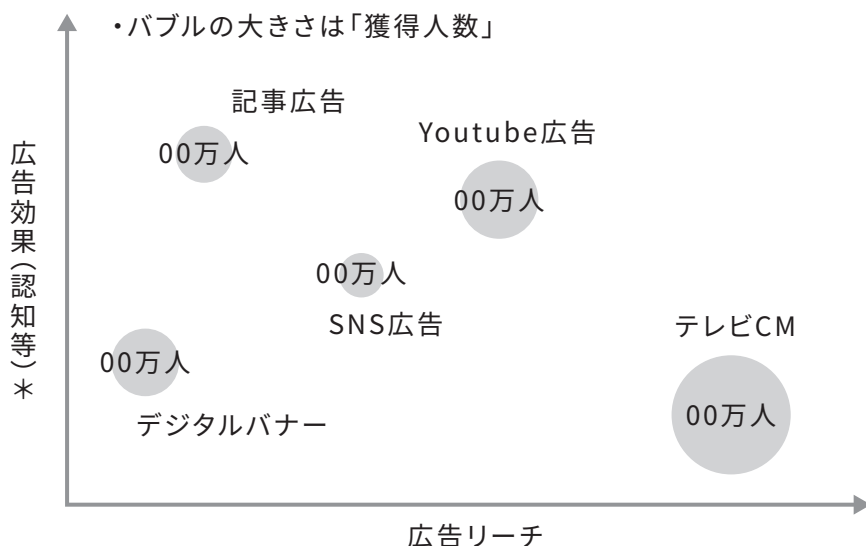
インテージなら各出稿メディアに対する生活者の反応を根拠とした
予算配分の見直しが可能です

ポイント①：インテージが保有するメディア行動データを活用

ポイント②：独自の効果測定技術によってメディアの横並び評価が可能に

各出稿メディアに対する生活者の反応を根拠とした予算配分の見直しが可能

広告目標に対する貢献を可視化



各メディアの効果を
“獲得した人数”で
横並び評価することで、
メディア予算配分の見直しが
可能になります。

*「メッセージ認知」「購入意向」
「各種イメージ」
など、設定目標に応じた指標を
設定します。

インテージが選ばれる理由

・インテージ独自のデータ

- ・ビジネスの状況を捉える販売・購買データ群
- ・テレビやWeb、アプリ等の大規模メディア行動データを保有

・広告評価のノウハウ

- ・40を超える会社様の広告適正化プロジェクト支援
- ・独自データとデータサイエンスの知見を組み合わせた広告評価モデル

・第三者機関としての中立性

- ・ビジネス利益相反のない立場からの客観的な視点のご提供
- ・ファクトに基づいたご報告

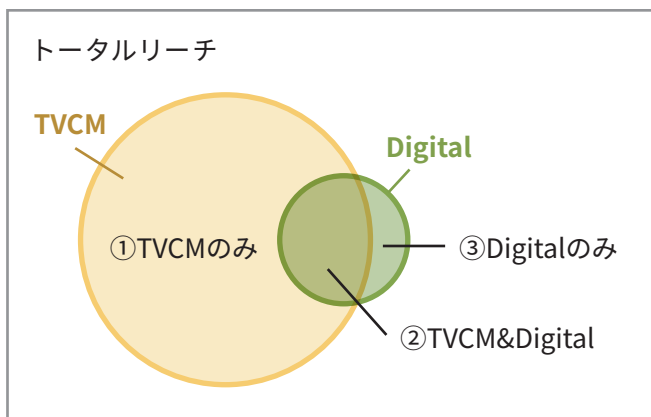
メディアを横断した

広告効果の可視化と改善プログラム

アウトプットイメージ

1 生活者に施策は届いたか？

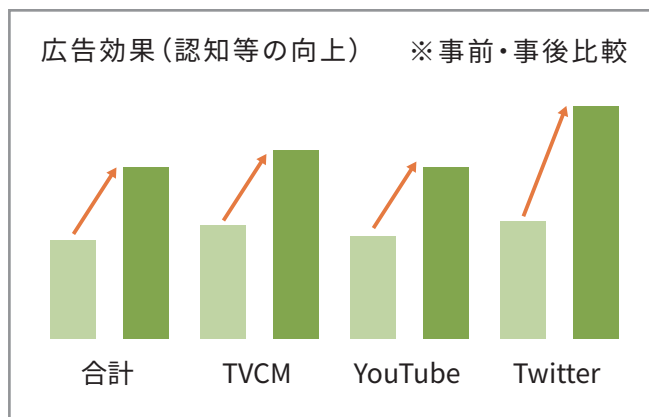
指標：各施策のリーチ率



広告の到達状況をメディア横断で把握

2 態度変容を促せたか？

指標：各施策接触者ベースのKPIリフト



リーチした結果、
どの程度の態度変容が起きたのかを把握

3 生活者に施策は届いたか？

指標：各施策の目標に対する獲得効率

	リーチ		リーチ効果（認知等）		獲得人数（認知等）	出稿金額	獲得単価
テレビCM	00%	00人	00%	00人	00人	00円	00円
Youtube広告	00%	00人	00%	00人	00人	00円	00円
SNS広告	00%	00人	00%	00人	00人	00円	00円
デジタルバナー	00%	00人	00%	00人	00人	00円	00円
記事広告	00%	00人	00%	00人	00人	00円	00円

目標指標の獲得人数に基づき、各メディアの効率性を横並びで評価。
どのメディアが最も効率的かを把握し、
次のメディアプランを改善したりノウハウを蓄積する。

