



2018年10月26日

博報堂DYメディアパートナーズ、次世代のデータドリブン型テレビスポット 「Atma DataDriven TVSpot」を開発

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（本社：東京都港区、代表取締役社長：矢嶋弘毅、以下博報堂DYメディアパートナーズ）は、テレビ実視聴ログデータとWeb閲覧等のオンラインアクチュアルデータを連携することでさらなるテレビCMの効果向上を図る、次世代のデータドリブン型テレビスポット「Atma DataDriven TVSpot」を開発しました。ローンチにあたり、株式会社フジテレビジョン（本社：東京都港区、代表取締役社長：宮内正喜）をはじめ複数の放送局で実施しました。今後は全国の放送局と同様の取り組みを進めていきます。

「Atma DataDriven TVSpot」においては、性年齢を中心とした視聴率調査パネルだけではなく、大規模なWeb閲覧データや検索データ、購買データ等を蓄積する博報堂DYグループが独自に開発した「生活者データ・マネジメント・プラットフォーム」(※1)とテレビ実視聴データを連携させたソリューションである「Atma (アトマ)」(※2)を活用し、ターゲット選定及びプランニングを行います。これにより、デモグラフィック特性や興味関心に加え、サイト来訪歴や一般消費財の購入状況、店舗来店など、クライアントのKPIやブランドごとの戦略に合わせた高付加価値型商品の開発を実現しました。

博報堂DYメディアパートナーズは今後も放送局各社と連携しながら、さらなるテレビの広告価値向上を図り、新しいメディア環境に対応したビジネス機会の開発に取り組んでまいります。



Atma DataDriven TVSpot

※1「生活者データ・マネジメント・プラットフォーム」とは

これまで博報堂DYグループが蓄積してきた独自の生活者データに、デジタルテクノロジーの進化によって入手可能となった「リアルタイム・365日の生活者の情報行動や購買行動のデータ」「メディアやコンテンツなどの接触・嗜好データ」と「先端テクノロジー」を掛け合わせた、あらゆるマーケティング活動を計画・実行・管理する上での基盤。

※ 2「Atma」とは

博報堂D Yグループが独自に開発している生活者データ・マネジメント・プラットフォームに、テレビ実視聴データの利用が許諾されているテレビから収集した実視聴ログデータを加え、テレビCM効果を最大化するソリューション。テレビ視聴セグメントによるデジタル広告配信やマスメディアとデジタルメディアへの最適な出稿計画のシミュレーション、購買効果や店舗誘引効果の把握などが可能になる。

<本件に関するお問い合わせ先>

博報堂D Yメディアパートナーズ 広報室 岡本・戸田 TEL:03-6441-9347