

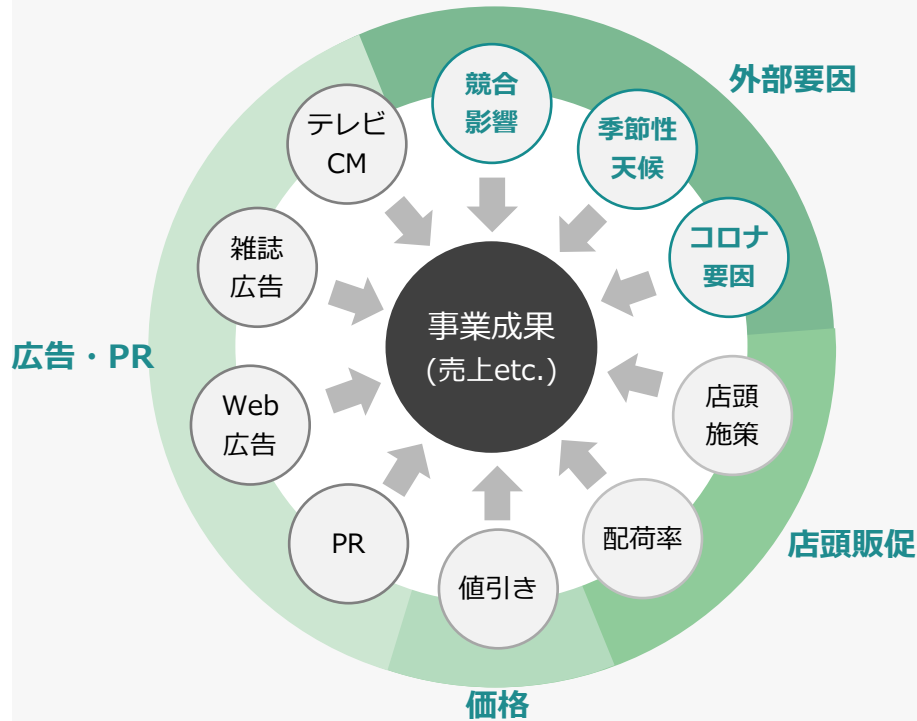


テレビCMの クリエイティブごとの効果差を明らかに ～MMMを用いた効果分析事例～

■ 前提 | MMMを用いた効果分析

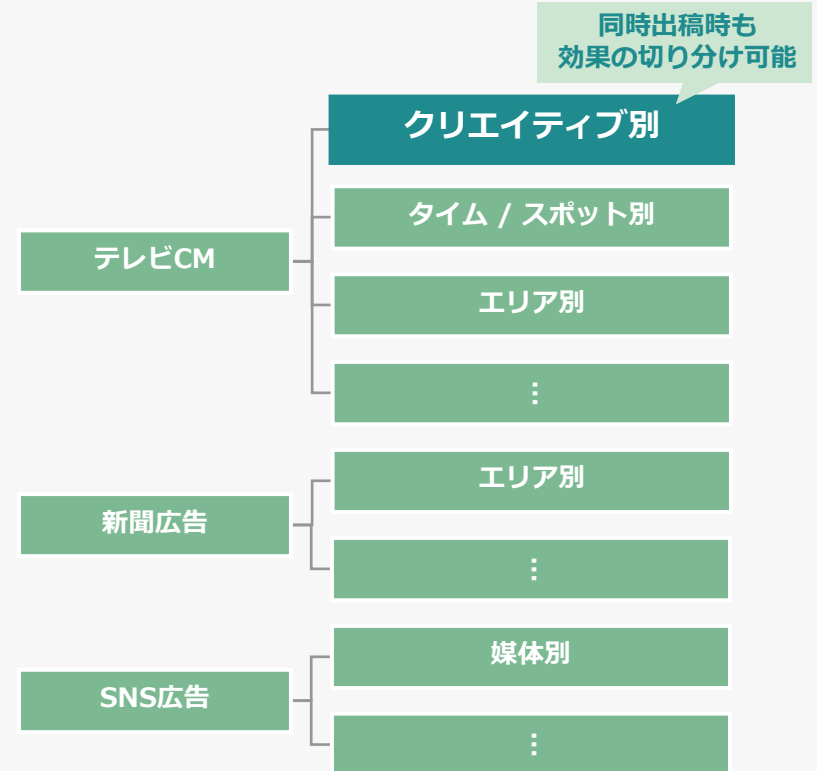
- * MMM（マーケティング・ミックス・モデリング）では、自社の広告・販促施策や外部要因などあらゆるマーケティング要素の売上などの事業成果に対する影響度を測定できる
- * 分析粒度は、施策別のみならず、クリエイティブ別、エリア別など、細かな単位で可視化できる

影響度を測定できる要素の例



※MMMツール MAGELLANの例

分析粒度の例



※MMMツール MAGELLANの例



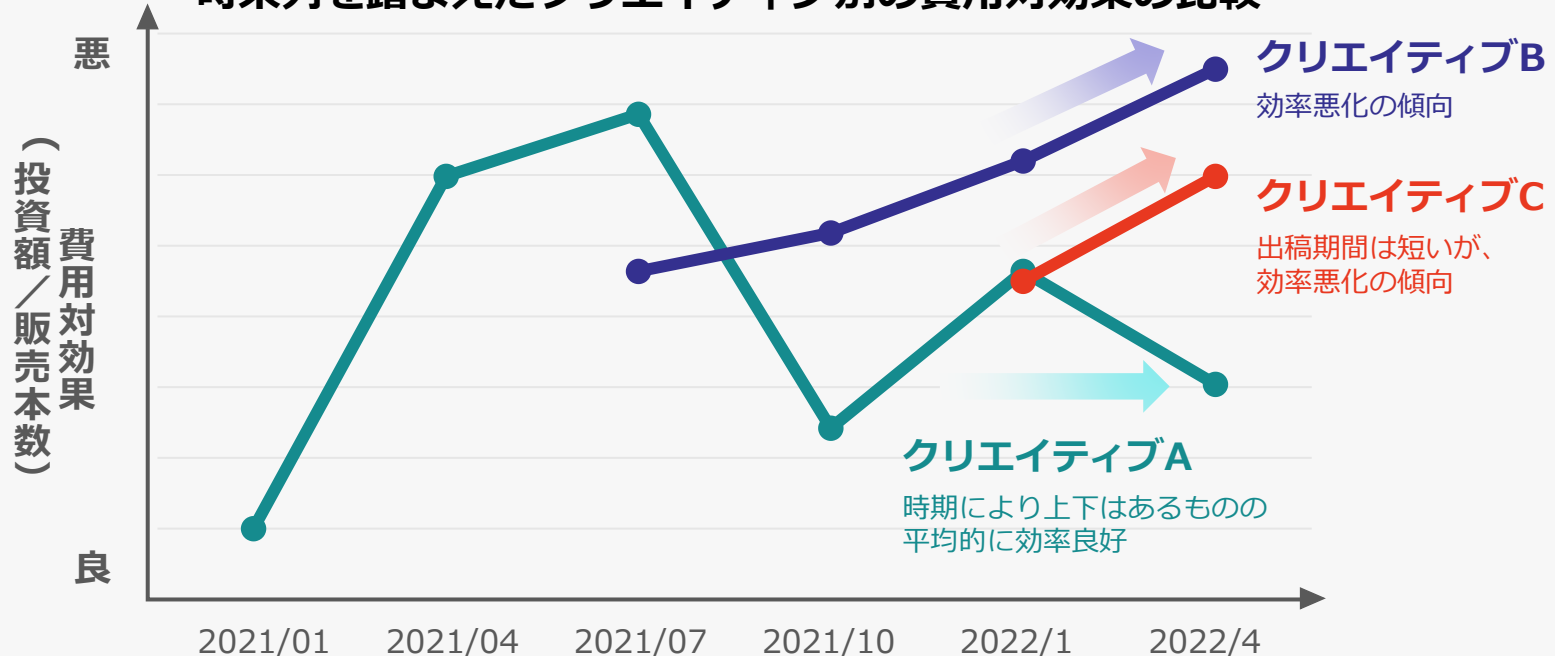
■ 事例1 | FMCGメーカーのクリエイティブ別分析事例

- * こちらのFMCGメーカーでは、3種類のクリエイティブでテレビCMを実施しており、販売本数に対する費用対効果の比較を、効果の摩耗を踏まえた形で実施したいと考えていた
- * 分析の結果、クリエイティブ_Aの費用対効果が最も良く、Bは徐々に悪化の傾向にあり、CもBと同様の推移で悪化傾向にあることがわかった

→その後、クリエイティブ_Aは継続利用、Bは出稿停止のアクションに繋がった

Cは今後の効率悪化の可能性を踏まえ、早期での新クリエイティブの制作を視野に出稿継続

時系列を踏まえたクリエイティブ別の費用対効果の比較



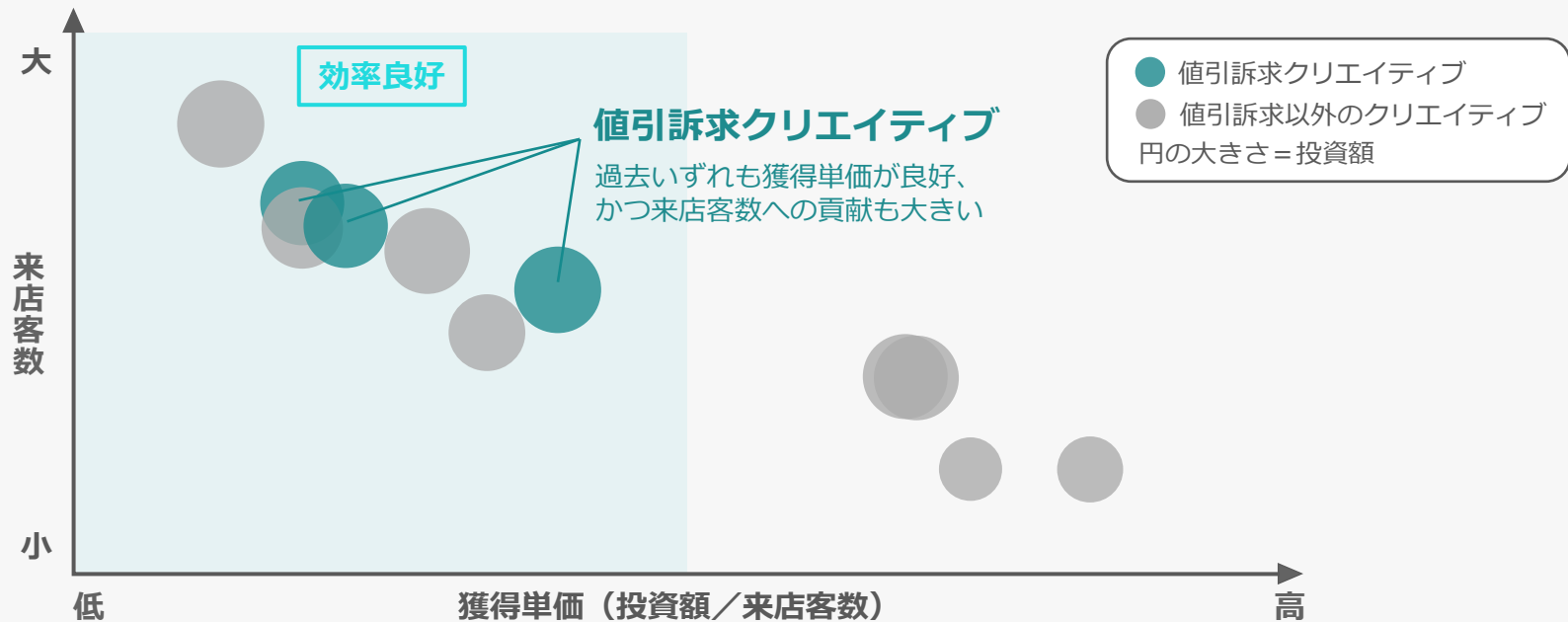
グラフはイメージで、実際のデータとは異なります



■ 事例2 | 飲食企業のクリエイティブ別分析事例

- * こちらの飲食企業では、値引訴求クリエイティブをテレビCMで従来放映してきたが、テレビCMという媒体との相性が良いのか懸念があり、来店客数を効率的に伸ばす上で今後も継続すべきか判断するための効果検証を実施した
- * 分析の結果、**値引訴求クリエイティブの効率は良いことがわかった**
 - 値引キャンペーンを実施しているという認知獲得が来店客数増加に大きく影響するため、**値引訴求クリエイティブとテレビCMの相性が良いものと想定される**

クリエイティブ別の獲得効率比較



グラフはイメージで、実際のデータとは異なります



ツール概要 | MAGELLANとは？

- * 統計分析を用いて「広告を含むあらゆるマーケティング要素の事業成果に対するインパクト」を定量化し、「最適な予算配分」を算出するMMM（マーケティング・ミックス・モデリング）ツールです
 - 統計分析の専門的な知識・工数を要することなくすぐに利用可能です
 - マーケティング実務経験者で構成されたコンサルタントが徹底サポート・分析レポートを提供します

あらゆるマーケティング要素の「事業成果に対するインパクト」を数値化

ROIを最大化する「最適な予算配分」を算出

ナビゲーション

*目的変数を起点として経路表示 ◎説明変数を起点として経路表示

出刊	発信	比較	検討	成果
テレビ	ソーシャルリーチ	ダイレクト流入	サイト	購入/売上
ディスプレイリーチ	ADNWリーチ	リスティング (検索)		費用/損失
インフォードリーチ	オンデマディア	ディスプレイ/リターゲティング		
新聞広告	アフィリエイト	ソーシャル/リターゲティング		
メールマガジン	リスティング (一層)			
	比較サイト			
TVCM (全国世帯)				
ラジオ				
DM				

施策ランキング 経路ランキング

ステップ	デバイス	グループ	変数	貢献値
認知	オフライン	雑誌	雑誌広告B	39661
認知	オフライン	イベント	イベントA	30402
認知	オフライン	交通広告	看板	25600
認知	オンライン	ディスプレイ/リーチ	YDN	19001
検討	オンライン	サイト	オーガニック	10264
比較	オンライン	ダイレクト流入	ダイレクト流入	9838
認知	外部要因	総合TVCM	総合TVCM	1232

プランニング実行

最終成果: オンライン (予約)

◎ CSV (XICA only) プランニング保存

	成果比較		予算比較	
	シミュレーション	基準成果	シミュレーション	基準予算
2018年9月	1,723	1,605	¥197,213,278	¥197,226,215
2018年10月	1,570	1,512	¥131,216,938	¥131,216,938
2018年11月	1,431	1,384	¥159,318,005	¥159,318,005
合計	4,725	4,502	¥487,748,221	¥487,761,158

コスト施策 影響要因

◎ デバイス ◎ グループ ◎ 変数

ステップ	デバイス	グループ	変数	シミュレーション実行	
				9月_シミュレーション結果 (基準比)	10月_シミュレーション結果 (基準比)
刺激	オンライン	ディスプレイ	ディスプレイ	¥6,040,229 (-20%)	¥13,974,202 (-20%)
刺激	オンライン	純広告	純広告	¥2,961,252 (-20%)	¥6,332,738 (-20%)
刺激	オンライン	SNS広告	Facebook広告	¥15,580,294 (-20%)	¥36,014,891 (-20%)
刺激	オンライン	動画広告	動画	¥10,612,633 (-12%)	¥44,248,689 (+44%)
刺激	オフライン	TVCM (全国世帯)	TVCM_A	¥51,142,300 (-10%)	¥0 (0%)
刺激	オフライン	TVCM (全国世帯)	TVCM_B	¥67,912,391 (+20%)	¥0 (0%)

詳細はこちら >



その他の事例やサービス詳細など、
お気軽にお問い合わせください。

成果に対する貢献度を算出



お問い合わせ先
株式会社サイカ マーケティング担当



03-6380-9357



marketing@xica.net

<https://magellan.xica.net/>

サイカ マゼラン

