

MMMで売上に最も影響する要素を解き明かす - デジタル施策編

[初回のメルマガ限定レポート](#)では、サイカが国内約300ブランドのマーケティング活動の効果可視化を支援してきた中で得た知見をもとに、「MMM*で事業成果に影響するマーケティング要素をどのように解き明かすのか」についてご紹介しました。事業に紐づくマーケティング要素のうち、今回はデジタル施策に焦点を当て、MMMでできることについてご紹介します。

*1: マーケティング・ミックス・モデリング。統計的に、あらゆる要素の事業成果に対するインパクトを統合的に分析する手法。

— デジタル施策をMMMで分析するメリット —

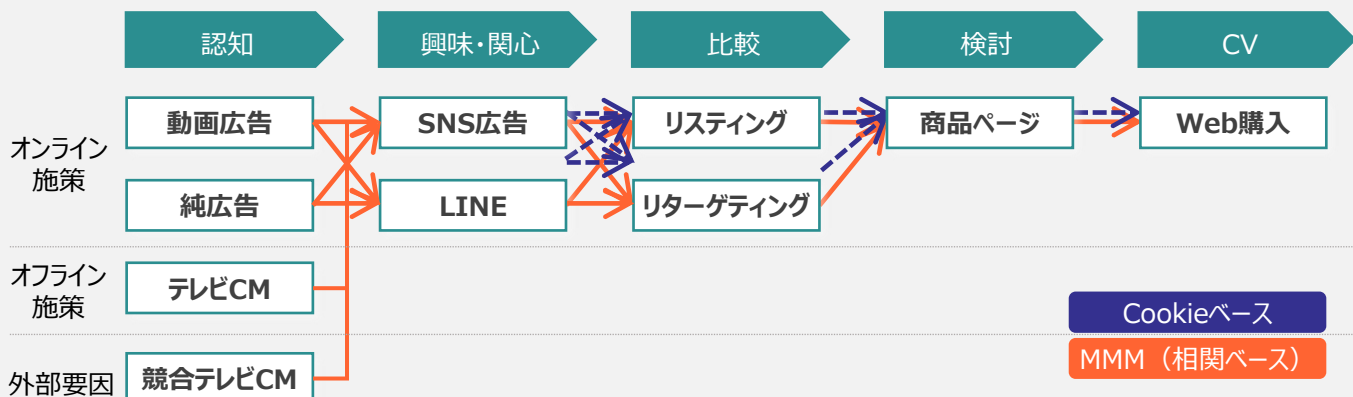
デジタル施策をMMMで分析することには、主に下記のメリットがあります。

① 認知施策から獲得施策までを一気通貫で効果可視化できる

デジタル施策の効果測定の手法として主流なCookieベースの分析では、認知施策から獲得施策まですべての施策を考慮に入れた効果測定をすることは困難とされています。このため、最終的な成果に近い獲得施策がより高く評価され、認知施策の予算が削減されてしまうケースもあります。

パス解析という統計的手法を用いたサイカのMMMツール「MAGELLAN（マゼラン）」では、認知施策が獲得施策に相乗的な影響を与える間接効果を加味するため、動画広告をはじめとする認知系デジタル施策も、より正確な効果を測定することが可能となります。

MMMとCookieの計測可能範囲の比較



② 個人情報保護規制の強化の影響を受けにくい

一般的にMMMでは、Cookie等の個人を特定しうる識別子を用いないため、昨今の個人情報保護規制の強化による影響を受けにくい堅牢性の高い手法と言えます。MAGELLANが採用するパス解析という手法では、オンオフ各施策の出稿量や指名検索等の中間指標、売上等の事業成果をそれぞれ分析モデルに落とし込み、変数間の関係性（相関）を導くことでマーケティング活動の効果を測定します。



あらゆるマーケティング活動の売上影響がわかるMMMツール

MAGELLAN

[詳細はこちら](#)

MMMで売上に最も影響する要素を解き明かす - デジタル施策編

— MMMで可視化できるデジタル施策の種類 —

サイカの「MAGELLAN」では、動画広告・ディスプレイ広告といった認知施策から、リスティング・リターゲティングといった獲得施策まであらゆるデジタル施策の効果可視化が可能です。さらに、広告だけではなく、オウンドメディア・オーガニック検索といった広告以外の施策や指標も分析モデルに組み込み、売上や問い合わせ数といった事業成果にどれほど貢献したのかを可視化することが可能です。

アフィリエイト

リスティング

リターゲティング

オウンドメディア

オーガニック検索

ディスプレイ広告

動画広告

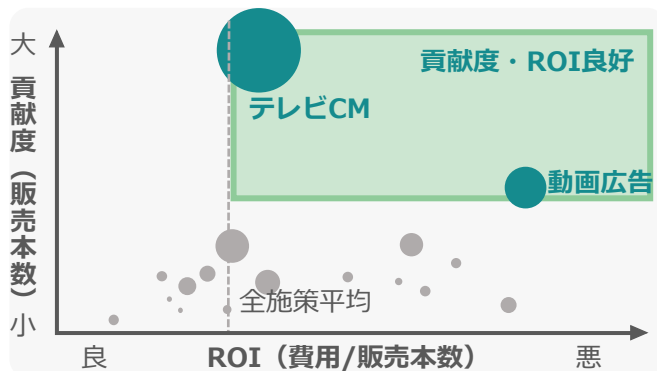
ネイティブ広告

SNS広告

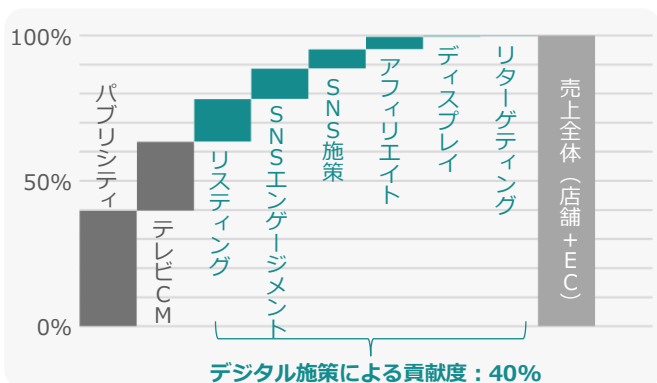
and more...

— MMMによるデジタル施策の効果可視化事例 —

ある食品メーカーでは、若者層をターゲットにした動画広告が、最終的な売上に高い効果を及ぼしているという肌感があり、MAGELLANによる分析を実施しました。結果、動画広告は貢献度がテレビCMに次いで大きく、ROIが最も高い施策であることが明らかになりました。販売本数への高い効果が確認され、動画広告への投資を強化するという判断に繋がりました。



あるインテリアメーカーでは、デジタル施策の売上全体（店舗+EC）に対する貢献度の分析が課題となっていました。MAGELLANによる分析を行ったところ、施策により獲得した売上のうち、40%近くがデジタル施策による貢献と判明。中でも、SNSエンゲージメント（ユーザの反響）と自社のSNS施策（投稿数）がその半分の約20%を占めているという点が価値ある発見となり、両施策を強化する取り組みへとつながりました。



※グラフはいずれもイメージです

✉ MMM分析で実現可能なことについて、貴社のご状況に合わせて詳しい事例をご紹介します。お気軽にお問い合わせください



あらゆるマーケティング活動の売上影響がわかるMMMツール

MAGELLAN

[詳細はこちら](#)