

2017年3月31日

報道関係各位

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
株式会社 Handy Marketing

「生活者データ・マネジメントプラットフォーム」と Yahoo! JAPAN の分析データを活用し、広告主のマーケティングサイクルを高速かつ高精緻にする「Handy Market Analyzer®」を提供開始

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：大森壽郎 以下博報堂DYメディアパートナーズ）と株式会社 Handy Marketing（本社：東京都港区、代表取締役社長：大堀益弘 以下 Handy Marketing）は共同で、広告主のマーケティングサイクルを高度化するソリューション「Handy Market Analyzer®（ハンディマーケットアナライザ）」の提供を開始します。

「Handy Market Analyzer®」は、市場全体や企業サイト内の戦略ターゲットの含有状況を定常的にトレースする「KPI Tracer（ケーピーアイトレーザー）」と、マーケットの潮流やブランドのポジションを可視化する「Market Trend（マーケットトレンド）」の2つの機能を持つソリューションです。

「Handy Market Analyzer®」を活用することにより、広告主は、Yahoo! JAPAN が提供するディスプレイ広告のサービスにおいて、広告効果の向上を図れるようになります。

これまで、マーケットの把握やマーケティング効果の測定には、定点かつサンプルベースのリサーチや販売データから推定するのが一般的であり、高速かつ高精緻なマーケティングサイクルが実現しづらいという課題がありました。

それらの課題に対し、博報堂DY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」（※1）と、Yahoo! JAPAN の検索、ショッピング、広告などさまざまなカテゴリーの分析データを活用することにより、市場や企業サイトにおける戦略ターゲットの含有状況、マーケットの潮流やブランドのポジションをスピーディーかつ定常的に把握することが可能になりました。

さらに、「Handy Market Analyzer®」を Querida のソリューション群と組み合わせることで、マーケットやブランドポジションの変化やマーケティング効果をスピーディーに施策に反映させるなど、広告主の高速かつ高精緻なマーケティングサイクルを実現します。（※2）

なお、「Handy Market Analyzer®」の提供にあたっては、Yahoo! JAPAN の提供する DMP、「Yahoo! DMP」と、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（以下 DAC）の提供する DMP 「AudienceOne®」との DMP 連携の仕組みを活用します。

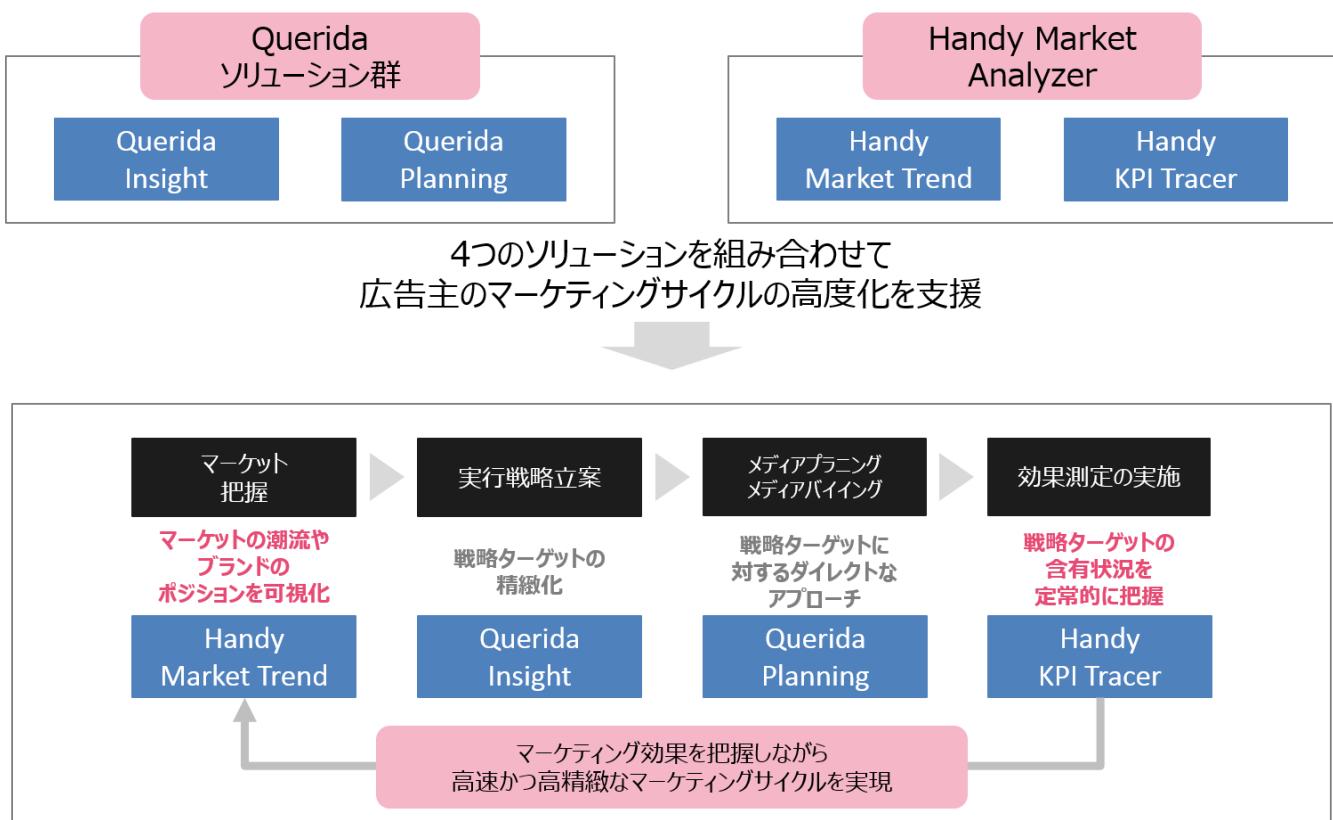
博報堂DYメディアパートナーズと Handy Marketing は、今後も「Handy Market Analyzer®」を継続的に拡充していくとともに、マーケッターとデータサイエンティストが一体となり、企業のマーケティング活動を高度に支援してまいります。

※1 生活者データ・マネジメントプラットフォーム

博報堂DYグループが、これまで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」を掛け合わせ開発している、あらゆるマーケティング活動を計画・実行・管理するまでの基盤。

※2 マーケティングサイクルのサポート

「Handy Market Analyzer®」により戦略ターゲット及び、競合を含めたマーケットの動きを“スピーディー”かつ“定常的”にトレースし、コミュニケーション施策の効果やブランドのポジショニングの変化、その要因を把握する。さらに、「Querida Insight®/Querida Planning®」により戦略や施策のプランニング・運用の高度化を実現することで、市場把握から戦略立案、施策展開、効果検証までのマーケティングサイクルを精緻に運用することを可能にする。



■ 本件に関するお問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 山崎 03-6441-9347

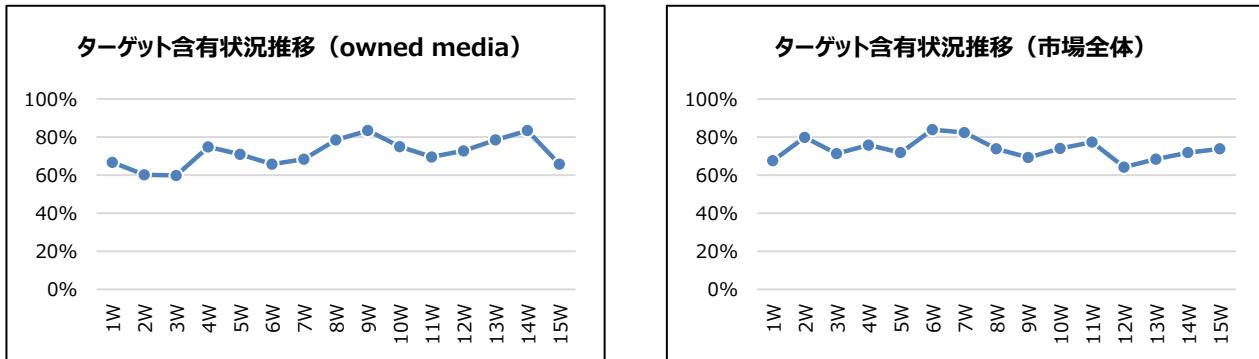
HandyMarketing 株式会社 info@handy-marketing.co.jp

■ サービス概要 ■

- ・市場全体や企業サイト内の戦略ターゲットの含有状況を定期的にトレースする「KPI Tracer」

生活者データ・マネジメントプラットフォームのデータと Yahoo! JAPAN の分析データを活用することによって、戦略ターゲットを判別するモデルを作成し、その含有率を市場全体（Yahoo! JAPAN 訪問者）、企業サイト訪問者、広告流入者別にトレースを行うことが可能。

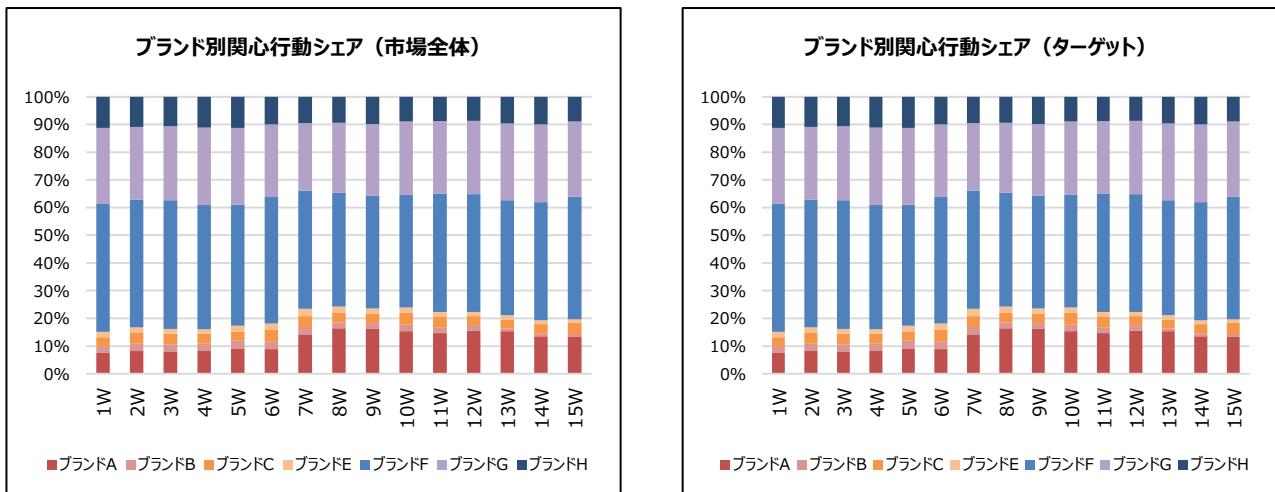
<アウトプットイメージ>



- ・マーケットの潮流やブランドのポジションを可視化する「Market Trend」

生活者データ・マネジメントプラットフォームのデータと Yahoo! JAPAN の分析データを活用することによって、主に検索・クリック・閲覧データからマーケットの潮流やブランドのポジションを、市場全体（Yahoo! JAPAN 訪問者）や戦略ターゲット別に把握することが可能。

<アウトプットイメージ>



■参考：

博報堂DYメディアパートナーズ、Yahoo! JAPAN、DAC、マーケティングソリューションの研究・開発を行う「株式会社 Handy Marketing」を設立

http://www.hakuhodody-media.co.jp/newsrelease/organization/20160401_12690.html

DAC の DMP 「AudienceOne®」が「Yahoo! DMP」と連携

https://www.dac.co.jp/press/2016/20160328_aone_yahoodmp