

# 博報堂DYメディアパートナーズ、Yahoo! JAPAN、Handy Marketing、ヤフーのパネルデータなどを活用したテレビCMプラニングソリューション「Handy TV Insight」を提供開始

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

ヤフー株式会社

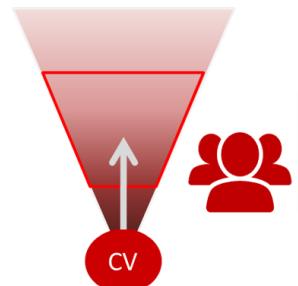
株式会社Handy Marketing

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ（以下、博報堂DYメディアパートナーズ）、ヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）、株式会社Handy Marketing（以下、Handy Marketing）は、Yahoo! JAPANの調査パネル「Yahoo!メディアオーディエンスパネル」（※）をはじめ多様なデータを活用したテレビCMプラニングソリューション「Handy TV Insight」を提供いたします。

昨今さまざまな広告主が、テレビCMの評価指標として、消費者のオンラインでの購買や会員登録、資料請求など、広告主サイト内のアクションへの寄与度を用いるケースが増えてきています。そのため、テレビCMプラニングにおいても、オンライン上のアクチュアルデータを有効活用したプラニングを求める声が高まっています。

「Handy TV Insight」は、「Yahoo!メディアオーディエンスパネル」から取得するテレビ視聴ログ、Yahoo! JAPANサイトの行動データや、広告主サイトのコンバージョンデータなど、目的に応じたさまざまなデータを活用し、オンライン上でのアクションを最大化する効果的なテレビCMプラニングを提示します。たとえば、Yahoo! JAPANが提供する広告経由で蓄積したコンバージョンデータをもとに、今後コンバージョンする可能性が高いユーザー層を抽出、それらユーザー層の番組視聴傾向を明らかにします。これにより、広告主のKGI（Key Goal Indicator / 重要目標達成指標）に直接的に貢献する、より高度なテレビCMプラニングが可能となります。博報堂DYメディアパートナーズ、Yahoo! JAPANが「Handy TV Insight」を開発・提供し、多様なデータをテレビCMプラニングに活かす分析をHandy Marketingが担います。

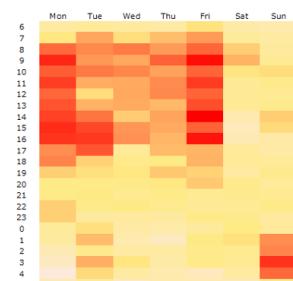
## ①コンバージョン見込みの高いユーザー層の特定



## ②TV視聴データとのマッチング



## ③ユーザー層の視聴傾向を把握



博報堂DYメディアパートナーズ、Yahoo! JAPAN、Handy Marketing の3社は、引き続きデータマーケティングに特化し、メディア横断の統合マーケティングの研究、ソリューション開発に努め、企業のマーケティング活動をより高度に支援してまいります。

※「Yahoo!メディアオーディエンスパネル」は、関東・関西に居住する約8,000人の調査モニターの24時間365日のテレビ実視聴データとYahoo! JAPANサイトの行動データを紐づけたYahoo! JAPANの調査パネルです。

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2017/04/10a/>