

ネット広告・商圈分析のTOP企業が語る ターゲットの**興味関心**と**地域**を絞った 新しいネット広告手法とは!?

～生活者の興味・関心をデータ化し地図上に可視化する～

チェーン企業・広告代理店・BtoCメーカーの担当者様 必見！

こんな方に
オススメ

- ・地域特性やターゲットの興味関心に合わせて最適な販促媒体を選択したい。
- ・店舗への来店誘導施策としてネット広告を活用したい。
- ・最新のアドテク、商圈分析手法と事例を知りたい。

**参加
無料**

※事前申込みは必須です。
申込みがない場合は入場をお断りします。

2018年2月23日 金

定員 50名

開催時間 13:30～16:00 (13:15～受付)

ウイंकあいち WINE AICHI

会場 ウイंकあいち 会議室1302

愛知県産業労働センター 愛知県名古屋市中村区名駅4丁目4-38



お申し込み

<http://www.giken.co.jp/seminar/>

FAX : 06-6227-4677

貴社名

TEL

FAX

ご住所

氏 名

部署名

Email

- ・天災及びその他やむを得ない事情により、予告なく開催を中止させていただく場合がございます。
- ・本セミナーは事前申込みが必須です。お申込みが無い場合、参加をお断りします。
- ・当社の判断によりセミナーへのご参加を理由のご説明なくお断りする場合がございます。あらかじめご了承ください。

お申し込みいただいたお客様の個人情報は、弊社の「個人情報保護方針」(<http://www.giken.co.jp/privacy/>)に同意いただいたものとし、安全且つ厳重に管理いたします。個人情報とは各種セミナー、イベントや製品情報のご案内に利用し、講演企業以外にご同意なく第三者に開示・提供することはありません。その他の事項については「個人情報の取扱いについて」(<http://www.giken.co.jp/privacy/>)をご参照下さい。

ネット広告・商圈分析のTOP企業が語る ターゲットの興味関心と地域を絞った 新しいネット広告手法とは!?

生活者の興味・関心をデータ化し地図上に可視化する

2018年2月23日 金

開催時間 13:30～16:00 (13:15～受付)

会場 ウィンクあいち 会議室1302

愛知県産業労働センター 愛知県名古屋市中村区名駅4丁目4-38

参加
無料

「店舗周辺500m圏に住む20代女性のスマートフォンにネット広告を配信する」など、折り込みチラシや無宛名DMとは別次元のピンポイントなターゲティング広告を可能とするのが、技研商事インターナショナルとDAC（デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム）が提供するMarketAnalyzer™ for AudienceOne®です。本セミナーでは「小地域配信ネット広告戦略」をテーマに、オムニチャネル時代のエリアマーケティングに新地平を開く手法と事例をGIS（地図情報システム）のデモンストレーションを交えて、経験豊かな講師がわかりやすく解説します。

ターゲットエリア特定

販促エリアプランニングGIS（地図情報システム）
MarketAnalyzer™が持つ地域統計データを用いて店舗商圈の特性（年齢、家族構成、富裕度等）を加味し、ターゲットエリアを郵便番号界単位で抽出。

郵便番号界単位で広告配信

DAC社のデータ・マネジメント・プラットフォーム AudienceOne®で、その郵便番号界に住むオーディエンス（ネットユーザー）を抽出して、興味関心に応じて広告を配信することが可能となりました！

第1部 ネット広告データにより、エリアマーケティングはどう変わるのか？

デジタルマーケティングの世界では、オーディエンスデータを活用した施策や分析が、もはや当たり前になってきました。そのなかで昨今、特に注目を集めているのが「位置データ」を活用したネット広告です。本パートでは、それらネット広告の手法をわかりやすく解説します。

また、DACは国内最大級のデータ・マネジメント・プラットフォーム「AudienceOne®」を自社で保有しており、昨年開発した郵便番号レベルのユーザー居住地判定を活用し、様々なエリアマーケティングを行ってきました。商圈分析システム「MarketAnalyzer™」との連携も進展し、いままで無かった商圈分析からインターネット広告配信までのシームレスなプランニングや、インターネット広告のトランザクションデータを活用した分析を可能にしています。この新たなエリアマーケティングとマーケティングデータの可能性についても、事例を交え解説します。

- 商圈ターゲット広告と反応率の可視化によるPDCAサイクル、リブランニングの流れ
- 車検登録情報をセグメントするデータを用いた広告配信手法と実績
- ネットの興味・関心データを活用した新たな統計データの可能性

講師



デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社
データビジネス開発部 ディレクター
孫 尚均 様

DAC保有のDMP
「AudienceOne®」データの
リッチ化、またデータを軸
にした新規サービス開発を中
心としたアライアンスに従事。

第2部 チェーン企業の商圈分析、販促エリア最適化、顧客分析手法と事例

小売業や飲食業の多店舗展開企業において、新規出店だけではなく、既存店の分析がテーマとなることが多くあります。既存顧客のリピートと新規顧客の増やし既存店を活性化させるために、想定するターゲットをプロファイリングし、最適な地域に最適なコミュニケーションを取っていくことが重要です。それには広告の投下エリアをデモグラフィック的な属性だけでなく、生活者の興味関心も合わせてセグメントすることが必要です。

本パートでは、GIS（地図情報システム）が持つ膨大な地域統計データと、DACのAudienceOne®の興味関心データを融合することによって可能となる最新の商圈分析手法と事例について、エリアマーケティングGIS「MarketAnalyzer™」のデモンストレーションを交えてわかりやすく解説します。

- ジオデモグラフィックデータから自社の顧客増をプロファイリングする。
- どのくらいのターゲットボリュームがあれば商圈として成り立つのか？
- 店舗と顧客の距離関係（最寄り地域シェア）
- 新宿を訪れる人の分布と渋谷を訪れる人の分布の違い。

講師



技研商事インターナショナル株式会社
マーケティング部 部長 シニアコンサルタント
市川 史祥

小売業、消費財メーカー、不
動産、金融・サービス業のク
ライアントへ、地図情報シス
テムの運用支援・商圈分析支
援を行っている。
年間講演実績90回以上。