

飲料・食品・日用品メーカーさま向け

＼ オフライン ／

購買検証型のデジタル広告配信スキーム

— 検証結果を次回施策の策定に活用 —

ユニークデータを解決力に。CCC MK HOLDINGS

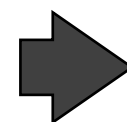
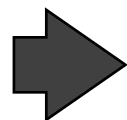
自社商品のデジタル広告配信を行う際、 こんなお悩みありませんか？

競合商品購買者に
アプローチしたい

デジタル広告配信後、実際に商品を買ったかどうか
検証できていない



CCC MK HOLDINGS はこのような施策でお悩みを解決します！



ターゲット層の選定

広告配信で顧客に届ける

購買検証

約1.3億人のV会員の中から
Vポイントの各種データを活用して
高精度な対象者設計が可能
例：属性/購買/志向性など

対象者のIDを元に
Yahoo!/Instagram/Facebookなど
さまざまなデジタル媒体で
広告配信が可能

Vポイント提携店の
購買データから
広告接触後の購買効果を
ID単位で検証が可能



約1.3億人（有効ID数）のシングルIDで繋がる1stパーティデータを デジタル広告配信にご活用いただけます

データの規模

年間
アクティブ会員数

約**7,000**万人
(24年11月時点)

提携店舗数

約**16**万店舗
(24年10月時点)

年間
トランザクション数

約**26**億件
(23年12月末時点)

データの多様さ



購買データ

スーパー、コンビニ、ドラッグストアなどでの
利用履歴をレシート単位で保有



属性データ

・性別／年齢／生年月日／居住地
・アンケート回答情報 など



その他

・WEB行動
・TV視聴データ
・マンションデータ など

シングルIDでつながる

※CCCMKホールディングスでは、セキュリティ上厳重に管理された環境のもと特定の個人を識別できない状態でマーケティング分析を行っております。

メーカーさまで設定したペルソナに合わせたセグメント設計が可能です

例えば、**競合他社商品購買者**を対象にすることも

ペルソナA

コスパ重視ママ



■セグメント

- 基本属性
女性 20~30代 既婚
- 購買商品
マー&ミーシャンプー
ひよこクラブ
競合他社商品購買者 など
- 志向性



ペルソナB

自分磨き意識高め女性



■セグメント

- 基本属性
女性 20~30代 独身
- 購買商品
入浴剤BARTH
Ozmagazine/GINZA
競合他社商品購買者 など
- 志向性





新規ユーザーを獲得！ 分析結果から購買者の類似者へYDAでアプローチ

YDA

ID-POS分析

目的

栄養ドリンクの
新規ユーザーを獲得したい

結果/効果

YDAの全体配信結果は
CPM ¥ 39、CTR 0.18%
(過去実績よりも増加)

施策

購買者の特徴を分析して類似者を特定
→5つの訴求方向性を整理



訴求内容を落とし込んだ
5つのクリエイティブを作成し
YDAで広告配信

クリエイティブA

クリエイティブB

クリエイティブC

クリエイティブD

クリエイティブE



施策のポイント

- ・購買者の特徴を基本属性、アンケート、志向性などをもとに細かく分析
- ・広告接触者の購買率まで効果検証
→結果をもとに次回施策の改善へ

このような方はぜひお気軽にご相談ください！

次ページから1分でお打ち合わせ申し込みも可能です

- デジタル広告配信後の**効果検証**ができていない
- 自社商品のプロモーションで**デジタル広告配信**を検討している
- **適切なセグメント**にアプローチしたい



自社商品のプロモーション施策については CCC MK HOLDINGS にご相談ください！

セグメントのご相談も無料受付中です。

お打ち合わせ予約

お問い合わせフォーム

<https://www.cccbiz.jp/contact>

メールでのお問い合わせ

mks-info@ccc.co.jp

ホームページ：<https://www.cccbiz.jp>