

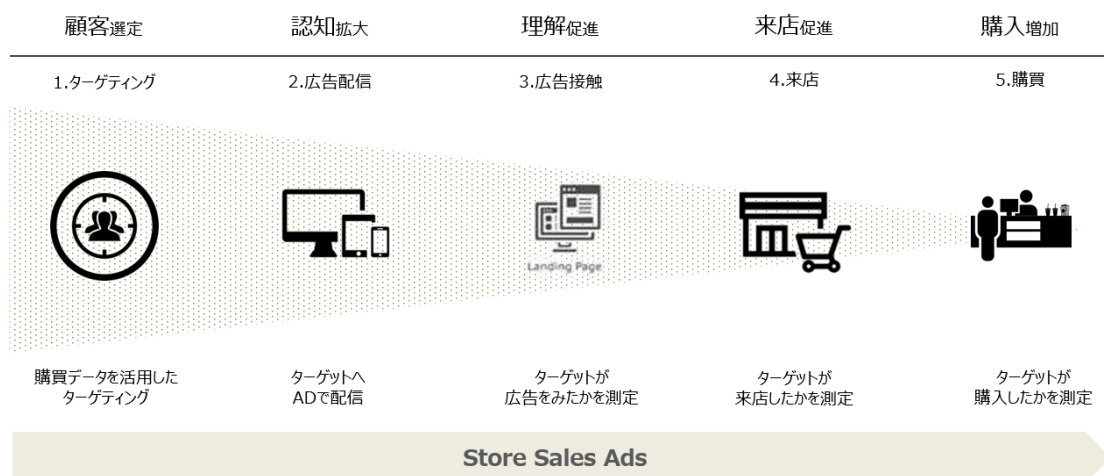
各位

2021年10月19日

株式会社 CARTA COMMUNICATIONS

CCI、DRMと共同開発した「Store Sales Ads」の提供を開始
～店頭購買データを活用したデジタル広告の配信と効果検証に対応～

株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社である株式会社CARTA COMMUNICATIONS（本社：東京都中央区、代表取締役社長：目黒 拓、以下CCI）は、株式会社電通リテールマーケティング（本社：東京都港区、代表取締役CEO：岩崎 克彦、以下DRM）と店頭購買データを活用したデジタル広告配信と効果検証に対応するため共同で開発した「Store Sales Ads」の提供を開始します。



《共同開発の背景》

昨今、デジタルやテクノロジーの進化に伴ってターゲットリーチや認知などの心理変容が主な目的であった企業の広告活動において店頭購買への貢献効果の可視化を求められる機会が増加しています。また、店頭での売上拡大の支援が主な目的であった企業の販促活動においてもデジタルやテクノロジーを駆使することで店頭だけにとどまらない様々な施策の充実化が加速しています。

このような「広告の販促化」、「販促の広告化」ともいえる状況への対応を強化する取り組みの一環として、デジタル広告の企画・販売に強みを持つCCIとリテールマーケティングに専門性を持つDRMが、店頭購買データを活用したデジタル広告配信と効果検証に対応する「Store Sales Ads」を共同で開発し、主にドラッグストアやスーパーマーケットで商品を販売しているメーカー向けのサービスとして提供してまいります。



≪ 「Store Sales Ads」 の特徴 ≫

①：店頭購買データを活用したターゲティング

「第1層：店頭購買者（商品単位）」「第2層：店頭購買者（カテゴリ単位）」「第3層：店頭購買者（全体）」のセグメント設計でデジタル広告を配信いたします。

②：ブランドセーフティにも配慮した広告枠への配信

プレミアムメディアを中心に配信面の質を担保した上で、動画や静止画・音声など様々なアドフォーマットにも対応したデジタル広告を配信いたします。

③：店頭購買データをもとにした効果検証

検証対象となる商品の店頭での購入率を第1～3層ごとのデジタル広告の接触者と非接触者それぞれで計測し、広告接触による購買リフトの効果を可視化いたします。

※対象となるブランド・商品ごとに審査が必要となり実施可否や実施条件が異なります。

※独自開発した推計ロジックによるセグメントでのデジタル広告配信となります。

※流通チェーンや個別店舗での購買を拡大推計したレポートとなります。

今後もCCIは、付加価値の高いサービス提供を通じて、お客様のマーケティング活動の支援を行ってまいります。

■株式会社電通リテールマーケティング 会社概要

代表者：代表取締役CEO 岩崎 克彦

所在地：東京都港区芝 5-31-17 PMO田町3F

設立：2006年11月17日

業務内容：フィールドマネジメント事業、データアナリシス事業、リテールプロモーション事業

URL：<https://dentsu-rm.co.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 CARTA COMMUNICATIONS

メディアソリューション・ディビジョン 田中、澤田

E-mail: digital-hansoku@cci.co.jp

【報道関係者お問い合わせ先】

株式会社 CARTA HOLDINGS 広報室

<https://cartaholdings.co.jp/contact-pr/>