

オンラインキャンペーンの  
R&F・広告効果が把握できる大規模パネル「AD Value Panel」  
のご紹介

株式会社ビデオリサーチインタラクティブ

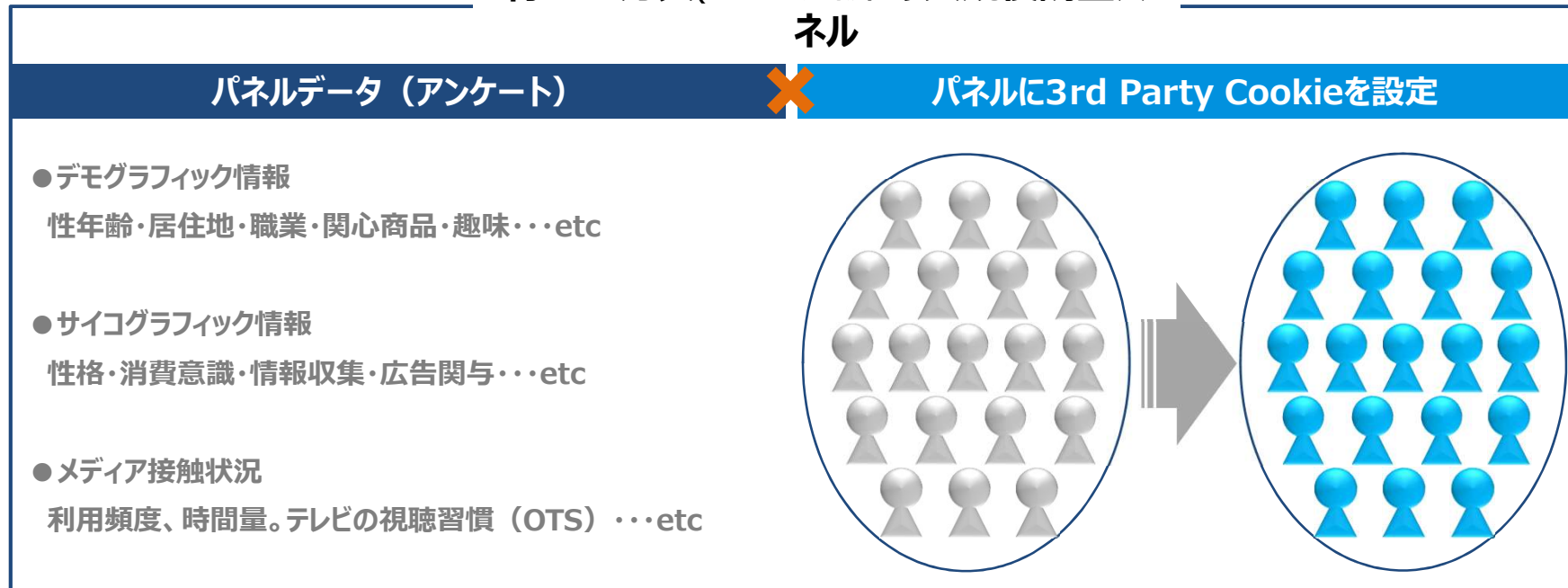




# Ad Value Panelとは

Ad Value Panelとは NEXT/DCM/VRのcookieを活用した、  
Web広告の効果を、実測形式で調査を行うための調査パネルです。

約100万人(2017.10月時点)の大規模調査パ  
ネル



## ▼パネル情報

※アンケートの更新は年1回、5月頃に実施。

※使用するパネルの構成・人数は案件ごとに調整させていただきます。

※パネル100万人のうち性・年齢・エリア以外の属性取得は約35万人 (2017年度属性調査回答者数)



# プロフィール取得項目

## デモグラフィック属性



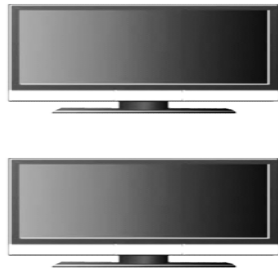
- 性別 / 年齢 / 職業
- 未既婚 / 家族構成
- 居住エリア / 住居形態
- 1か月の自由裁量金額  
など

## ライフスタイル関連項目



- メディア接触状況
- 関心のある商品広告
- 趣味 / レジャー活動
- 消費に対する意識  
など

## ふだんのテレビ視聴状況



- 1週間の曜日×チャンネル別  
テレビ毎60分視聴状況  
(東阪名地区居住者のみ)

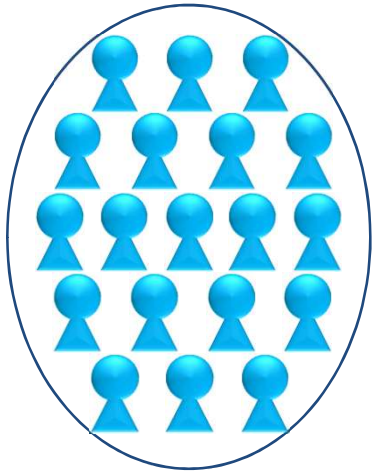
## スマートフォン/タブレット端末所有状況



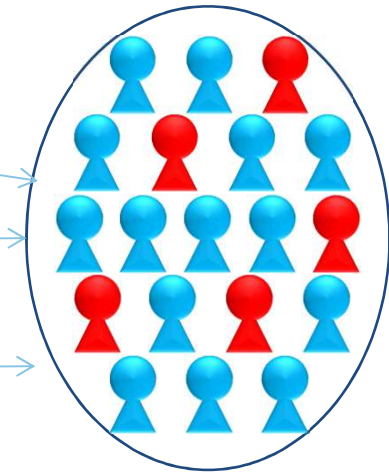


# キャンペーン展開時のイメージ

キャンペーン前 → キャンペーン開始 → キャンペーン終了後



一緒に配信  
ピクセルタグを広告と



(追加アンケート実施しない場合)

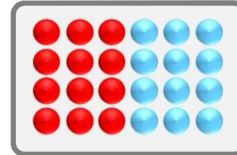
配信結果とAD Value Panel をクッキーマッチング

- ① キャンペーンリーチを把握
- ② 各属性毎のReachやFrequencyなどを把握
- ③ 広告接触者のプロフィールを把握

(追加アンケート実施の場合)

アンケート実施しない場合の情報に加えて...

Panelから抜粋



アンケートIDとクッキーIDを連結

- ① 広告接触・非接触者を分けて、商品認知率・興味関心・購入意向などを把握
- ② Frequency別の広告認知率の把握
- ③ 広告クリエイティブ評価を把握

ex) :  
 広告到達者 : 1,000S  
 広告非到達 : 1,000S

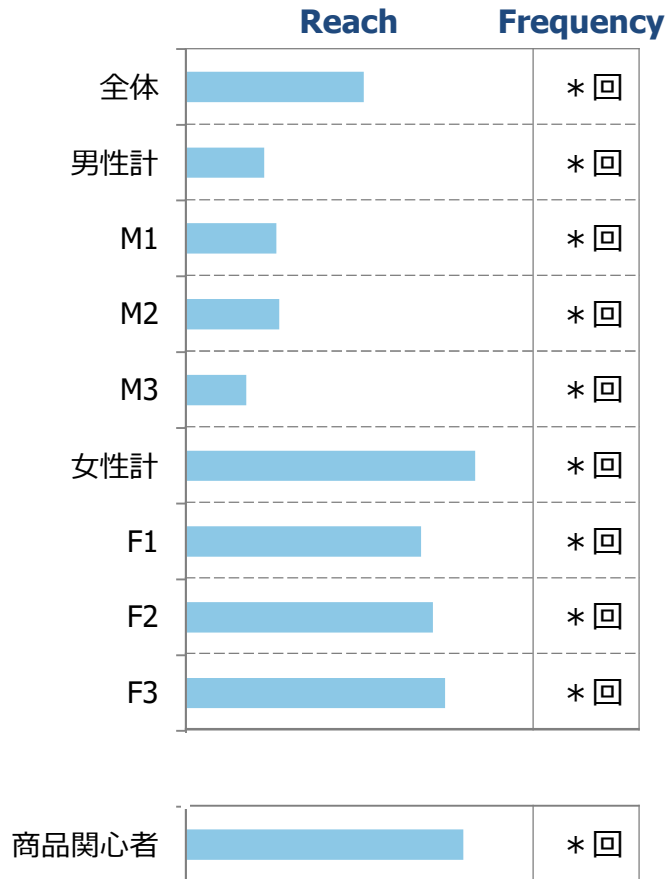
■ アンケート項目  
 商品認知、商品関与、  
 広告認知、広告評価  
 ...etc



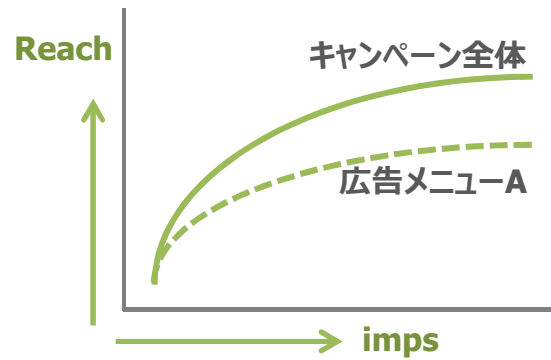
# OUTPUTイメージ：オンラインキャンペーンのターゲットR&F

## Cookieマッチングによりデータ生成

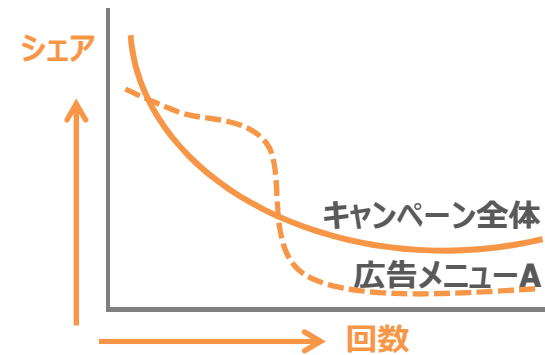
### Reach & Frequency



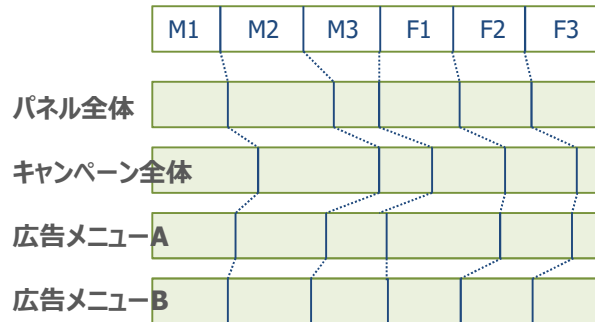
### Reach Curve



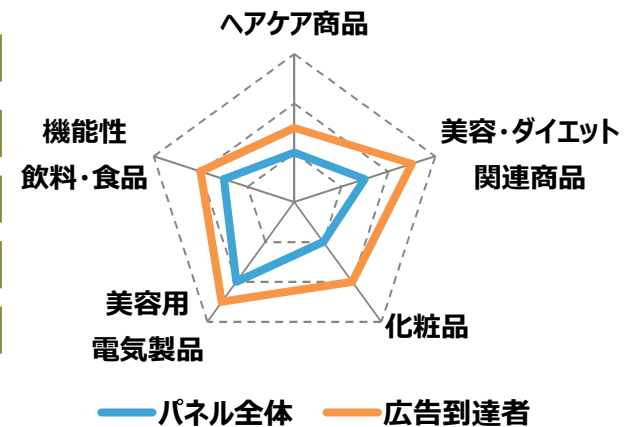
### Frequency分布



### 広告到達者プロフィール



### 関心商品広告



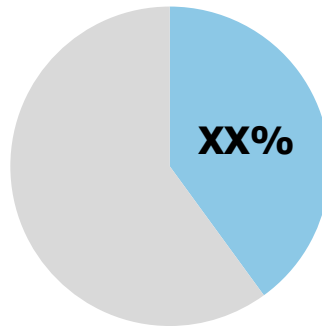


# OUTPUTイメージ：広告効果調査

## パネルから条件にあわせて対象者を抽出しWeb調査実施

### 広告認知率

※広告到達者ベース

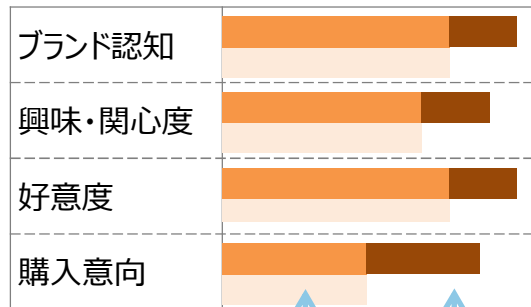


### クリエイティブ効果

※広告認知者ベース

広告内容理解	XX%
広告好意度	XX%
商品興味喚起	XX%
商品情報欲求喚起	XX%
商品購入/利用喚起	XX%

### ブランディング効果



・ 非到達者

・ 到達者

・

## 【その他調査活用法】

### クリエイティブ間比較

例えば、リッチアドと通常バナーの効果差の検証。

### クロスメディア効果検証

他メディアも含めた広告認知パターンでの効果検証。

### 追跡調査

例えば、広告認知者のその後の購買行動などをトラッキングする調査。

### Webサイト訪問者プロフィール

広告だけでなく、Webサイトについても同様に訪問者プロフィールの把握や評価調査が可能。