



## GfK ジャパン、デジタルガレージと協業し、家電メーカー向け広告ソリューションの提供を開始 POSデータを活用したMMMにより広告の実売効果を可視化

ジーエフケー マーケティングサービス ジャパン株式会社(所在地:東京都中野区、代表取締役:藤林 義晃、以下GfK ジャパン)は、株式会社デジタルガレージ(所在地:東京都渋谷区、代表取締役 兼 社長執行役員グループCEO:林 郁、以下:DG)と協業し、家電メーカー向け広告効果測定ソリューションの提供を開始いたします。

GfK ジャパンは、家電製品を中心に販売実績(POS)データを収集しており、このデータを活用して、広告をはじめとするマーケティング施策が実売に与える影響を分析する「GfK マーケティング・ミックス・モデリング(MMM)」を提供しています。今回、企業のマーケティング活動を支援するDGと協業し、同社の保有するデジタル広告出稿データをGfK MMMに掛け合わせることで、デジタル広告の実売効果を可視化し、家電メーカーのマーケティング施策におけるROI向上を支援してまいります。

本ソリューションは、家電製品のPOSデータに加え、TVCM・デジタル領域の広告出稿データ、製品価格、プロモーション、競合情報やシーズナリティ等の外部要因を組み込んだ多変量解析を基盤としています。売上に貢献する様々な要因を定量化することで、広告の販売貢献度やその他要素との相関関係を把握することが可能です。また、広告出稿量や価格の変更等が実売に与える効果のシミュレーションを通じて、今後の広告の適切な予算配分や、投資対効果の向上に貢献します。

### ■家電メーカー向け広告効果測定ソリューション

