

データで成果にコミットするアドソリューション 「ADVA（アドバ）」提供開始1周年

企業の事業成果の最大化を支援した具体的な実績を公開

株式会社サイカ（本社：東京都千代田区、代表取締役CEO：平尾 喜昭、以下 サイカ）が提供する、データで成果にコミットするアドソリューション「ADVA」は、2021年9月29日にサービス提供開始から1周年を迎えました。1周年にあわせて、ADVA各サービスの活用事例を公開します。

※ プレスリリースは当社Webサイトでも公開しています。

<https://xica.net/news/adva-1st-anniv/>

そのデータは、ビジネスを強くするか。



【ADVAとは】

ADVAは、データサイエンスを駆使して、テレビCMを中心としたマーケティングの成果を最大化させるサービスです。広告効果の可視化や最適な予算配分をはじめ、テレビCMのクリエイティブ分析・制作から、メディアプランニング・バイイングまでワンストップで行います。

ADVAには、下記4つのサービスラインナップがあります。

①国内No. 1の広告効果分析ツール（*1）[ADVA MAGELLAN](#)（アドバ マゼラン）

②脳波解析とデータサイエンスを活用し、成果につながるテレビCMを企画・制作する [ADVA CREATOR](#) (アドバクリエイター)

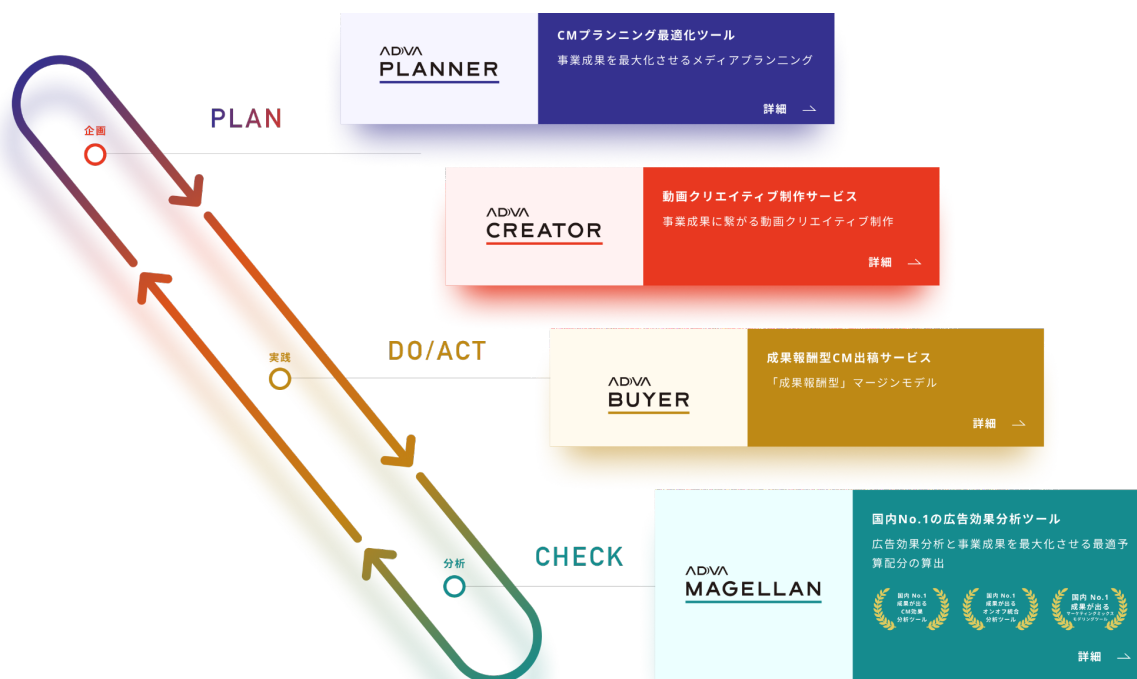
③データサイエンスで、テレビCMの成果を最大化させるメディアプランニング [ADVA PLANNER](#) (アドバプランナー)

④業界初、成果報酬型のメディアバイイング [ADVA BUYER](#) (アドバイヤー)

これらを組み合わせて活用することで、企業の事業成果にコミットし、マーケティングの成果を最大化することができます。

【ADVA 活用事例】

今回、ADVA提供開始1周年にあわせて、ADVA各サービスの活用事例を公開します。



ADVAのサービス概念図

【テレビCM単体で約43%の申込数が増加した、大手金融企業における実績】

ADVA MAGELLAN、ADVA PLANNER、ADVA BUYERの活用事例

この企業では、マーケティングにおいて、ターゲティング広告などの顧客獲得系施策の偏重によりCPA（顧客獲得単価）が悪化していました。また、コロナ禍における消費者のライフスタイルの変化に伴い、テレビCMの重要性に対する認識が増していました。しかし、コ

コロナ禍において最も重要な媒体であるテレビCMの、事業成果（この企業の場合は申込数）に対する適切な評価ができていないという課題を抱えていました。

そこで、広告の最適な予算配分を明らかにするADVA MAGELLANを用いて分析を行った結果、テレビCM予算を8%増額することにより、申込数が5%増加することが示唆されました。

併せて、ADVA PLANNERを使用して、テレビCMのプランニングを見直しました。申込数を最大化させるプランニングに基づき、各エリアにおけるテレビ局の選定及び線引きの最適化を行いました。

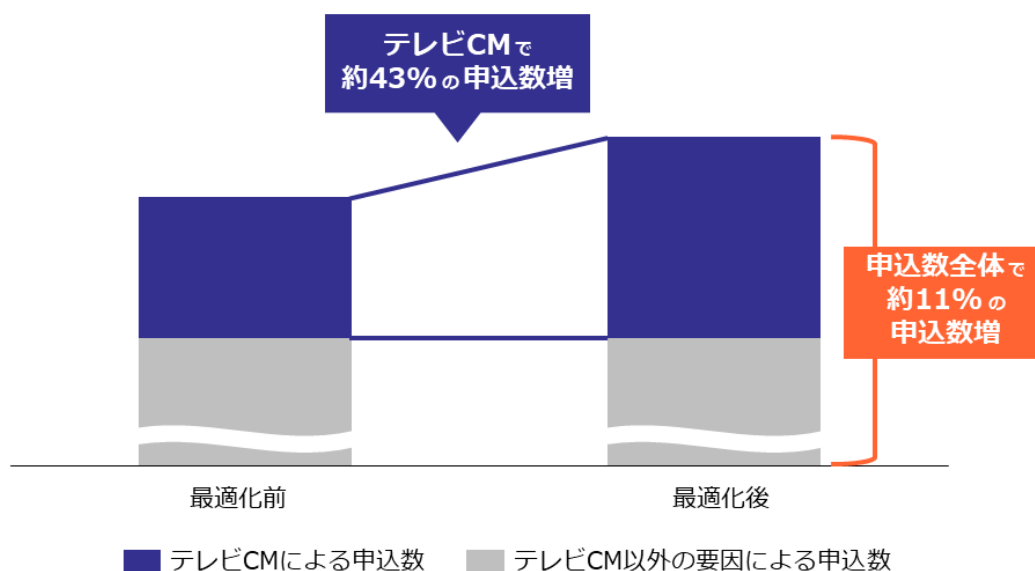
加えて、テレビCM出稿を、事前に企業と合意した目標成果を上回った場合のみ、マージン支払いが発生する成果報酬型のサービスであるADVA BUYERにて行いました。

その結果、ADVA導入前と比較して、テレビCM単体で約43%の申込数増化に至り、さらに、申込数全体においては、同予算で約11%の申込数増を達成しました。

ADVA

■ [事例] 大手金融企業 | 実績

- * ADVA PLANNERにより、**テレビCM単体で約43%の申込数の拡大に成功**
- * ADVA MAGELLANにより、**申込数全体において同予算で約11%の申込数増を達成**



【購入数を約70%増加させた大手小売企業における実績】

ADVA CREATORの活用事例

この企業では、コロナ禍で広告に対する投資判断がシビアになり、確実性が高く成果につながるクリエイティブ制作の重要性が増しているなか、「テレビCMにおいて、成果につながるクリエイティブ要素を明らかにしたい」という課題がありました。

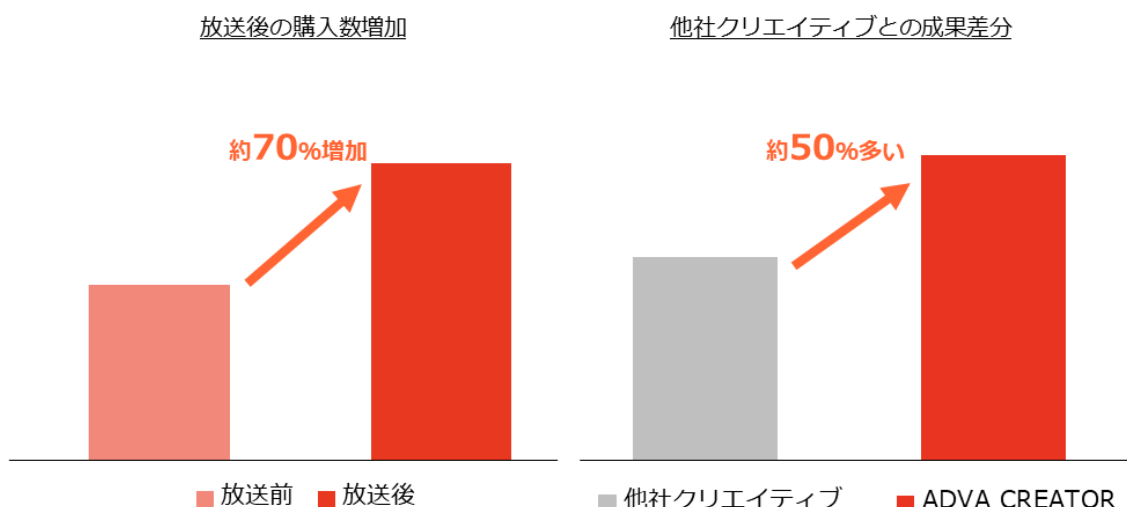
そこでこの企業では、ADVA CREATORを活用することにより、目標とする成果「購入意向の向上」を達成するために必要な脳波の特徴とクリエイティブの要素を分析により明らかにし、狙った成果につながるクリエイティブを制作しました。

その結果、テレビCMの放送前後で、購入数は約70%増加しました。また、同時期に放送していた他社の制作したテレビCMと比較しても、購入数は約50%多い結果でした。

ADVA
CREATOR

■ [事例] 大手小売企業 | 実績

- * 放送前後で購入数が約70%増加
- * さらに放送前後の購入数は、他社クリエイティブよりも約50%多かった



【取締役COO 兼 ADVA事業全体統括 彌野 正和 コメント】

ADVAは、お客様の声から生まれたソリューションです。これまでMAGELLAN（現：ADVA MAGELLAN）を基に、広告全体の効果可視化および予算最適化のご提案をしていく中で、テレビCMをより最適化したい、というご要望を多く頂戴しておりました。我々としても、最も予算が大きく、最も最適化の余地があるテレビCMにおいて、データの活用が十分になされていない点に課題を感じており、本サービス展開に至りました。

ADVAリリースから一年が経ち、おかげ様で大手企業を中心に、多くのお客様にご導入いただきました。導入後も満足いただいた声を非常に多く頂戴しており、手応えを感じていま

す。今後の展望としては、引き続きお客様の声をお聞きしながら、マーケティングをデータサイエンスの力で最適化し、お客様の売上最大化に貢献してまいりたいと考えています。

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社サイカ
- 代表者 : 代表取締役CEO 平尾 喜昭
- 所在地 : 東京都千代田区西神田2丁目5番2号 TASビル2F・3F・6F
- 設立 : 2012年2月
- URL : <https://xica.net/>

※サイカおよびXICA、ADVAの名称・ロゴは、日本国およびその他の国における株式会社サイカの登録商標または商標です。

※その他、記載されている会社名・商品名についても、各社の商標または登録商標です。

(*1) クロス・マーケティンググループの株式会社ショッパーズアイが、マーケティングミックスモデリングツールおよびオンオフ統合分析ツール10社を対象としたイメージ調査を上場企業のマーケティング担当者149名に対して行った調査

- 調査期間 : 2019年10月16～18日
- 調査概要 : マーケティングミックスモデリングツールおよびオンオフ統合分析ツール10社を対象としたイメージ調査
- 調査手法 : インターネット調査
- 調査対象者 : 22-69歳、男女、全国、マーケティング職種、上場企業勤務、テレビCM出稿企業勤務している方149名

【お客様からの問い合わせ先】

- 株式会社サイカ マーケティング課
- TEL : 03-6380-9357
- E-MAIL : marketing@xica.net