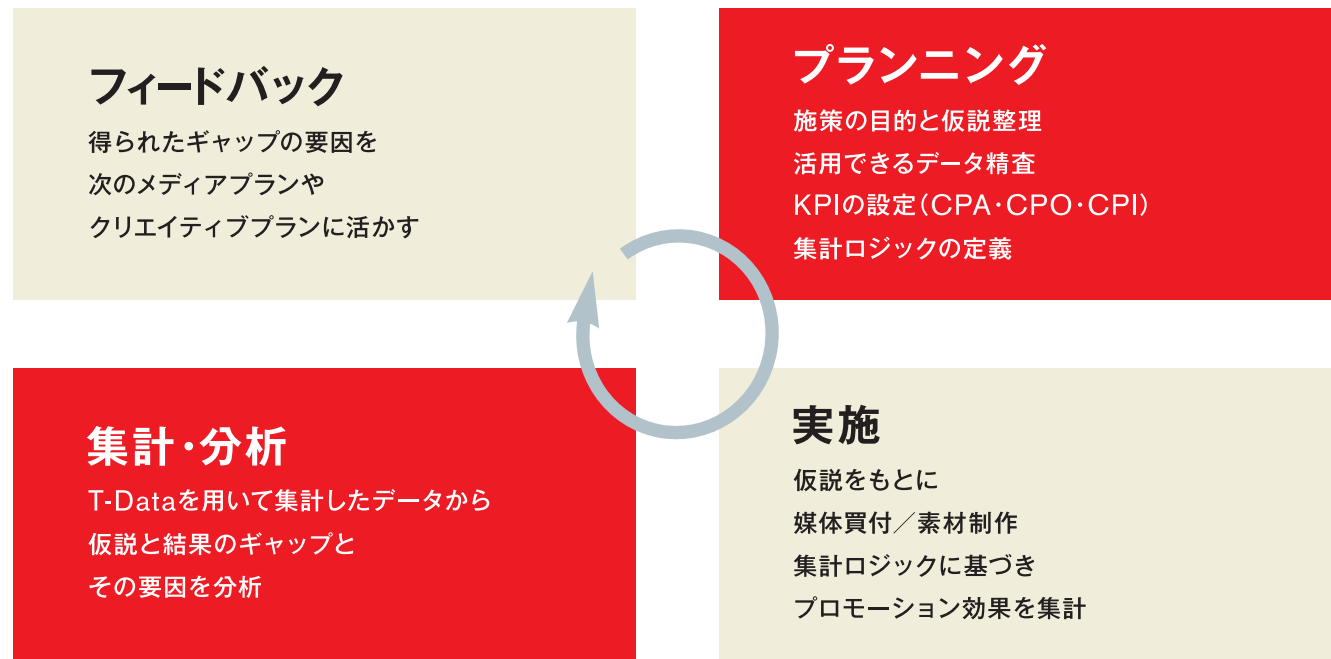


『T-Data』を活用したPDCAにより、クライアント企業様の
マスプロモーションの効果向上に寄与します。



継続的なPDCAにより、テレビCMのマーケティングプロモーション成功の種を発見。
テラモバイルでは、そのために特にプランニングと集計・分析を重視します。

導入の流れ

お問い合わせをいただいてから、ご依頼企業様が抱えるマーケティング課題に対しての
ヒアリングを通して、T-Dataを活用した対策を検討させていただきます。



※T-Dataのご利用は原則として、CM出稿とセットで承ります。

お問い合わせ

株式会社テラモバイル

東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー35F
TEL : 03-5333-6244 E-mail : adsales@teramobile.net

エムティーアイグループ

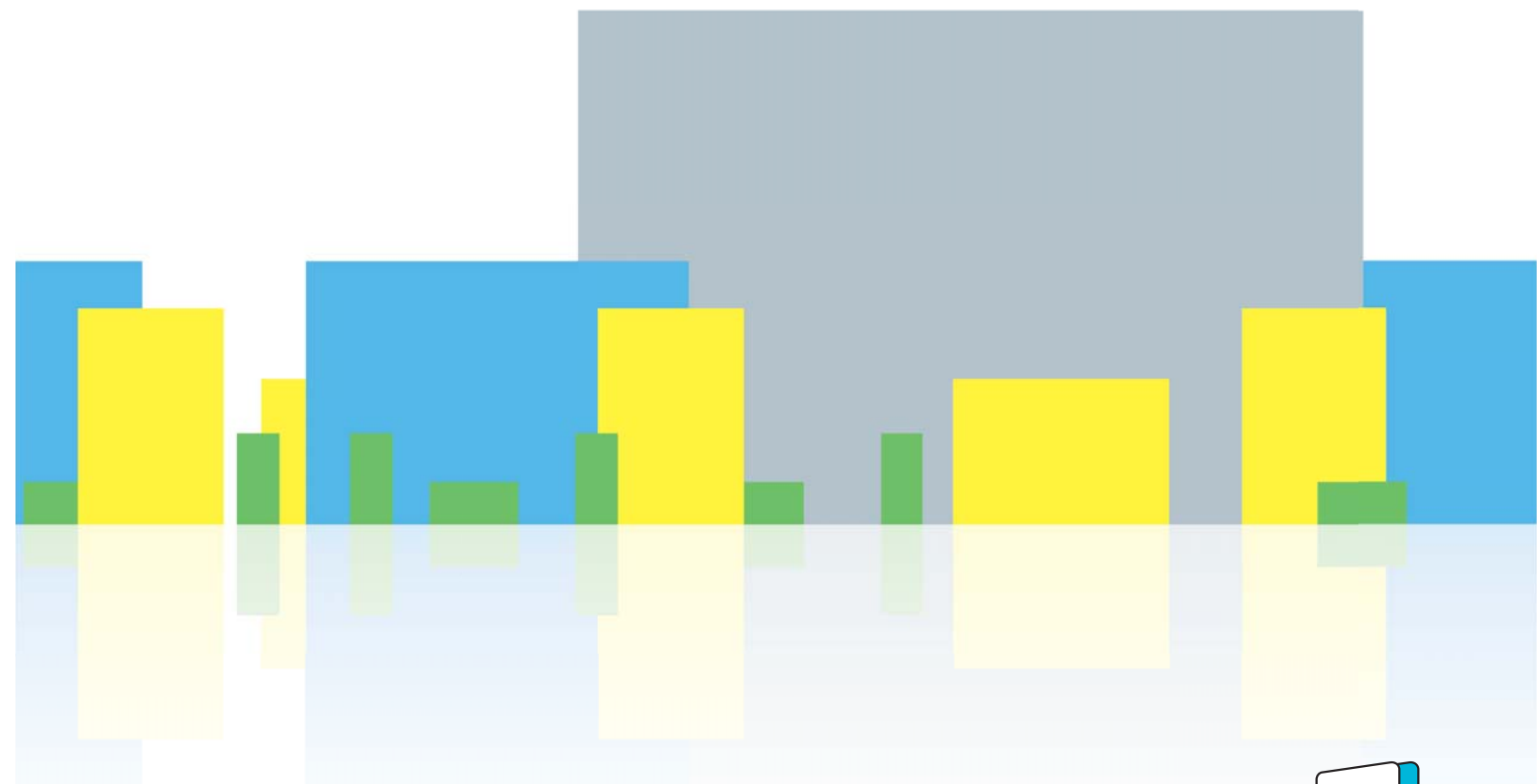


Tera Mobile

今まで見えづらかったテレビ CMの効果を客観的に推定 するためのソリューション

T-Data

Teramobile TV Program Database



Tera Mobile

「music.jp」「ルナルナ」を運営するエムティーアイが、 有料会員800万人の実現に利用した実績を持つ **T-Data**。

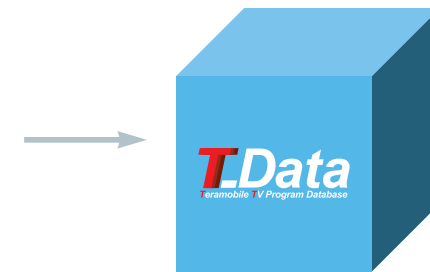
Teramobile TV Program Database

※2013年9月末有料会員数の合計

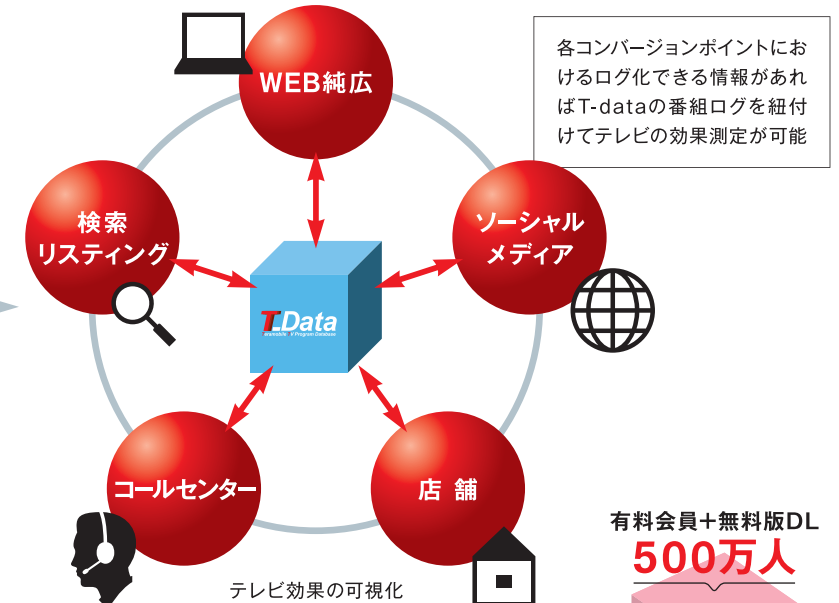
地上波テレビと影響を受ける各チャンネルの相関関係を可視化させる『T-Data』独自のデータベーステクノロジーが、CM出稿時の疑問に答えてくれる。

- テレビCMキャンペーンの効果が見づらい
- テレビCMのコスト採算性が判断しづらい
- テレビCMの素材の違いによる効果を知りたい
- ソーシャルメディアへの影響を知りたい

番組線引き表



番組出稿情報のデータベース化



T-Dataによる、テレビ効果の可視化

マスメディア(地上波テレビ)と各チャンネルの相関を計測することを可能にしたのがテラモバイル独自のデータベース「T-Data」Teramobile TV Program Database。従来、紙ベースのタイムテーブルでしか把握できなかったテレビ出稿情報をデータベース入力することで番組情報ログ化。各チャンネルへのテレビの影響を可視化することができます。

『T-Data』を活用した精緻なレスポンス集計と検証ノウハウによって、
マスプロモーション成功の種が把握できる。

【特長①】
フレキシブルに検証期間を設定可能

T-DataはCMオンエア期間の出稿情報とビデオリサーチ視聴率データをもとにしたデータベースです。分析に用いるデータを月単位・週単位からCM1本単位まで細かく設定することで「見えない効果」を可視化することが可能です。

【特長②】
CM1本単位までレスポンス計測が容易

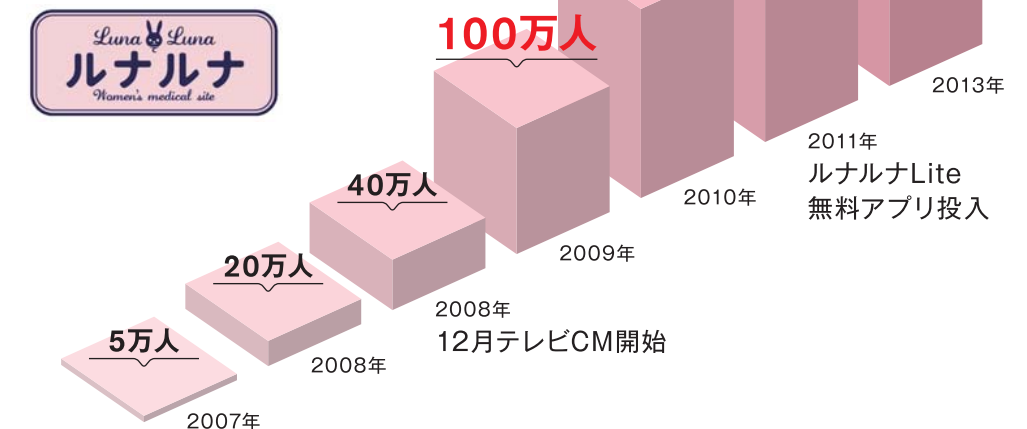
分析をCM1本単位まで細かく設定できるから、テレビCMの影響を受ける分析対象のログデータさえあれば、CM1本に対してのレスポンスも容易に計測が可能です。

【特長③】
コスト採算性の計測に威力を発揮

さらに、投下したCMのコストもキャンペーン全体や週単位、さらにCM1本単位まで把握することが可能なのでテレビCMキャンペーン全体のCPAだけでなく週単位、1日単位のCPAを推定できます。

T-Dataを活用したPDCAにより
ルナルナ利用者数
500万人*への原動力へ

※ルナルナ有料版会員数・無料版アプリDL数の合計



これまで見えにくかったテレビ広告による **コンバージョン** **CPA** **コンバージョン率** などを、テレビ効果の指標として検証することができます。