

2024年3月21日

SMN 株式会社

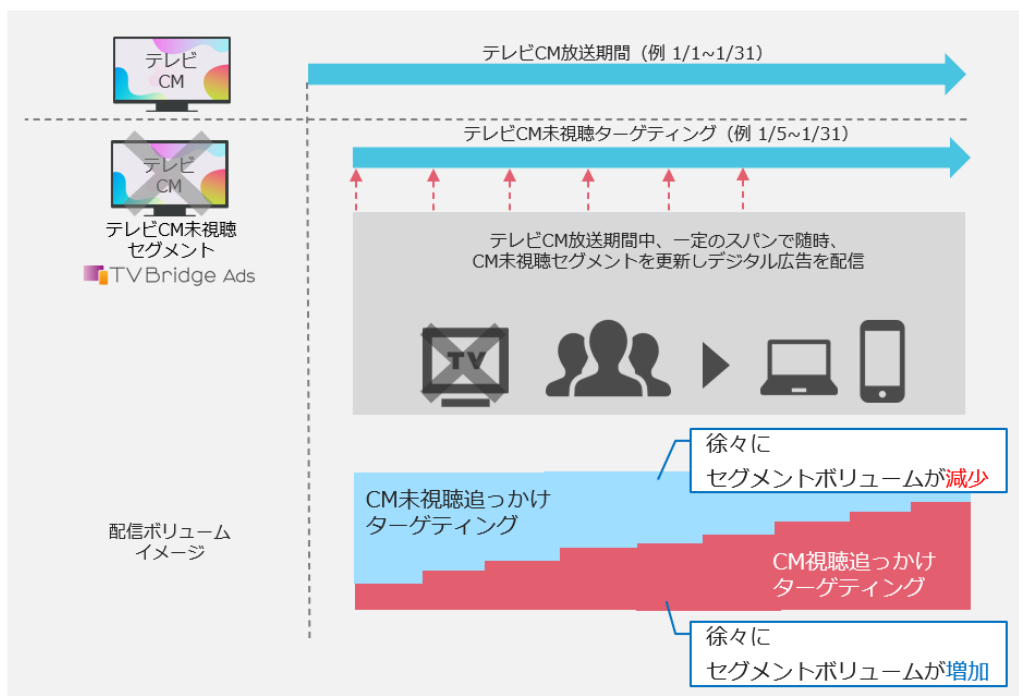
SMN、「TVBridge Ads」のCM視聴追っかけターゲティング機能をアップデート

～ テレビCM放送期間中に、テレビCMを視聴していないユーザーセグメントへの広告配信を可能に ～

SMN 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：井宮 大輔、以下 SMN）は、同社が提供するサービス「Connected TV Data Bridge Ads」（以下「TVBridge Ads」）の「CM 視聴追っかけターゲティング」機能において、テレビCM放送期間中にテレビCMを視聴していないユーザーセグメントを生成し、スマホやパソコン、コネクテッドテレビデバイスに広告を配信する機能アップデートをリリースいたしました。



従来、提供しておりました「TVBridge Ads」の「CM 視聴追っかけターゲティング」では、テレビCM放送期間中に短いスパンで定期更新される「テレビCM視聴」セグメントを生成し、平行してデジタル広告を配信してきました。この度、この「テレビCM視聴」セグメントに加え、広告主から多数ご要望を頂いておりました、「テレビCM未視聴」セグメントを新たに追加し、テレビCM放送期間中に、テレビCMを視聴していないユーザーへのターゲティング配信を可能とする機能アップデートをリリースいたしました。



「テレビCM視聴」セグメントの活用により、テレビCM放送からデジタル広告配信までのタイムラグを短くすることで、商品及びサービスの認知拡大、購買利用の訴求力が高まることは、従来の「CM 視聴追っかけターゲティング」にて実証済みでした。

今後においても、「テレビ CM 未視聴」セグメントに対し、同様のアプローチを行うことで、テレビとデジタル広告におけるリーチの最大化が期待できます。テレビ CM 出稿だけではリーチしきれないユーザーに対しても、この度の機能アップデートで効率よくデジタルチャネルでリーチ補完を狙うことが可能です。

また、テレビ CM とは異なるクリエイティブを用いて「テレビ CM 視聴者」に並行してターゲティング配信することで、テレビ CM 視聴後に、ファネルダウンを目的としたアプローチも可能となるため、リーチだけでなく、商品及びサービスの理解度の向上や意向喚起の促進が期待できます。

SMN は、今後も「TVBridge Ads」を通じ、テレビとデジタルメディアを横断したマーケティング施策を提供することで、企業のプロモーションにおける問題解決や広告効果の向上に努めてまいります。

■ 国内最大級のテレビ視聴データを活用する「TVBridge」

「TVBridge」は、国内大手テレビメーカー4社が取得しているテレビ視聴データと、SMN が保有するデジタルメディアの接触データをもとにした広告配信を実現するデータ活用サービスです。コネクテッドテレビ約1,000万台分（2023年5月30日時点）のテレビ視聴データを活用し、様々なターゲット手法を用いて効果的な広告施策を実現しています。テレビ視聴データとは、ユーザーから広告用途への利用が許諾されているテレビ放送（全国の地上波、BS、CS）の視聴データです。このデータには、個人を特定する情報は含まれません。

・「TVBridge」詳細：< <https://tv-bridge.com/> >

■ SMN 株式会社 < <https://www.so-netmedia.jp/> >

2000年3月に設立。ソニーグループで培った技術力をベースに、マーケティングテクノロジー事業を展開しています。「技術力による、顧客のマーケティング課題の解決」を実現するため、ビッグデータ処理と人工知能のテクノロジーを連携し進化を続けています。現在、DSP「Logicad」、マーケティング AI プラットフォーム「VALIS-Cockpit」のほか、テレビ視聴データ活用広告配信サービス「TVBridge」を提供するなど、マーケティングに関する様々な課題解決を実現しています。

※記載されている会社名、団体名、商品名、サービス名は各社、各団体の商標または登録商標です。

<本件に関する問い合わせ先>

SMN 株式会社 広報担当

TEL: 03-5435-7944 / E-Mail : pr@so-netmedia.jp