

「なぜ売れたのか」を**広告接触データ** × **購買データ**で明らかにする  
— 次回施策の精度を向上させる、商品訴求、ターゲット設計への活用事例 —

ユニークデータを解決力に。CCC MK HOLDINGS

本資料では、デジタル広告のご担当者さまへ  
効果検証によって次回施策の精度が向上した事例をご紹介します。

広告接触データ×購買データで「なぜ売れたのか？」を検証するため、  
商品訴求やターゲット設計にもご活用いただけます。



# CCCMKホールディングスのデジタル広告

デジタル広告は V会員約1.3億人（有効ID数）の購買・行動データを活用して、  
Yahoo!・UNIVERSE Ads・Meta（Facebook/Instagram）・X・TVerで配信可能です。

## デジタル広告の主な特徴

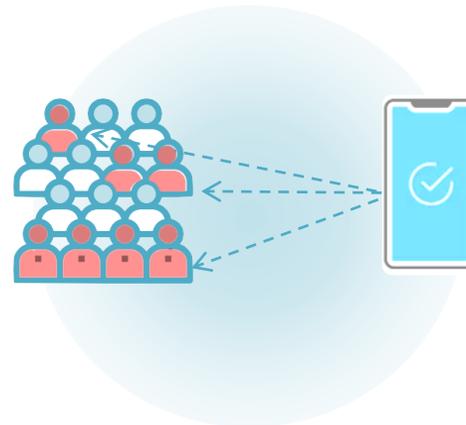
### 特徴1

オフラインの購買履歴を中心とした  
大規模なデータ群から  
精緻なセグメントが可能



### 特徴2

IDをメディアに連携し  
ターゲット層にピンポイントで  
アプローチ可能



### 特徴3

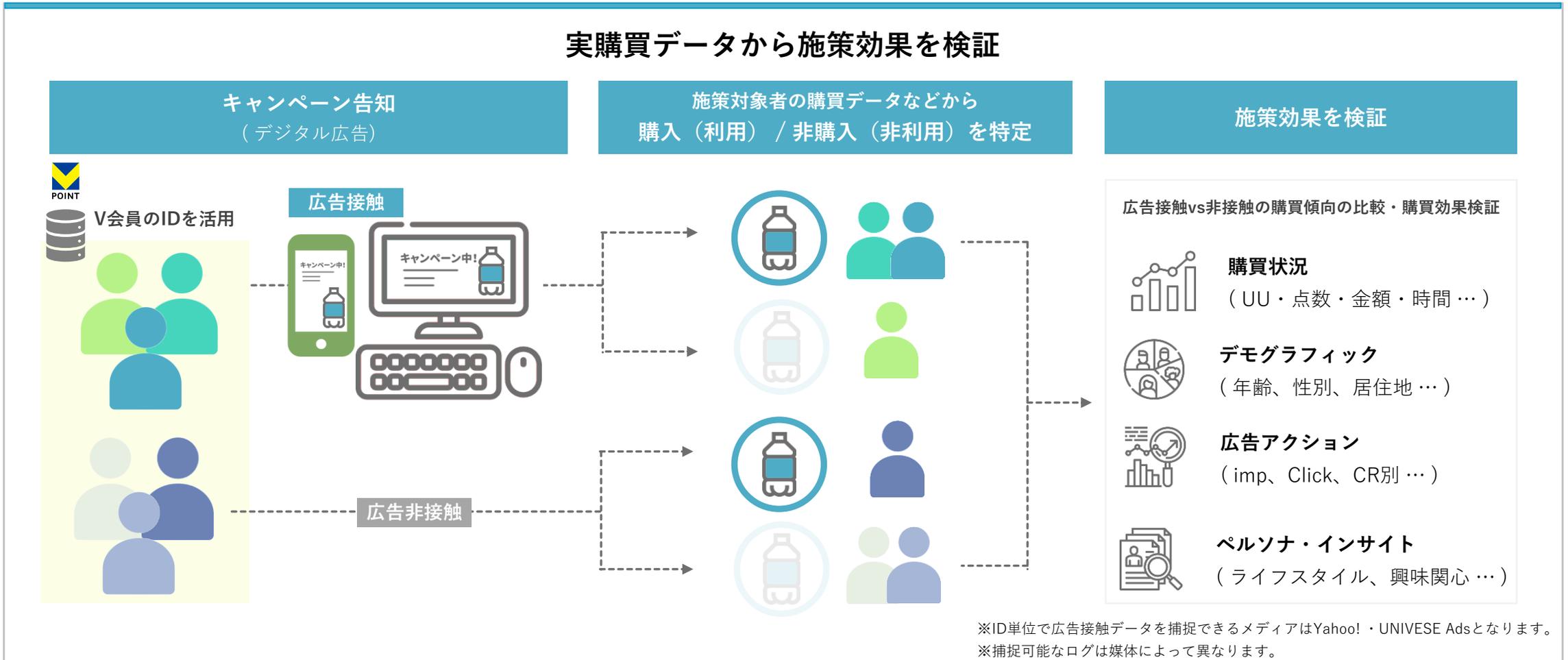
広告配信後の購買行動の分析で  
リアル店舗での購買効果※まで  
検証が可能



※リアル店舗での購買計測はV商圏に限ります。  
※検証粒度は媒体によって異なります。

Single IDに紐づく購買データと広告接触データを用いて、  
「広告接触による購買効果の可視化」「広告に反応した購買者のペルソナ分析」などの検証が可能です。

## 実購買データから施策効果を検証



# デジタル広告 × POINT データ活用事例3選

## 購買につながるターゲット像×クリエイティブの可視化と、 次回施策への示唆を抽出

業種 食品業界

商材 飲料

### 目的

購買につながるターゲット像×クリエイティブの可視化

### 成果

次回施策立案につながるインサイトの明確化

### 施策

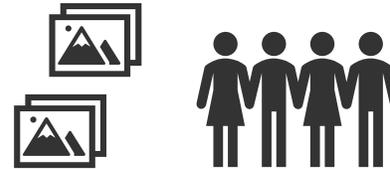
広告接触データ×購買データで効果を可視化



広告接触有無による購買変化の可視化

広告接触有無による購買行動の差分やリフト値を可視化。  
配信期間中および配信後の時系列比較を通じて、  
広告施策が購買に与えた影響を把握します。

クリエイティブ別・セグメント別の効果検証



購買反応差から見た”訴求”の有効性把握

クリエイティブ別およびセグメント別に購買実績を比較し、  
購買反応の差分やリフトの有無を整理。  
どの訴求が効果的であったかを把握します。

時系列で購買リフトの推移を分析



購買リフト変化の要因把握

配信期間中および配信後の購買データを時系列で比較し、  
購買リフトの推移と変化要因を整理します。

### 施策のポイント

ターゲット像×クリエイティブの検証による「リフト測定」に留まらず、  
分析結果が次回施策立案のインサイト発掘に結びついた。

## 対象商品の購買者を分析・可視化！ ペルソナごとに効果的な訴求内容を明確化

業種 製薬業界

商材 飲料

### 目的

ペルソナの明確化と、効果的な訴求内容の把握

### 成果

訴求ごとの広告効果を可視化により、適切な訴求を把握

### 施策

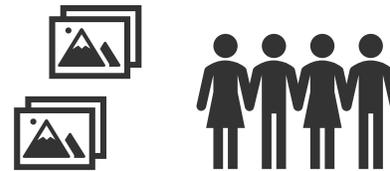
対象商品の購買者を分析・可視化



実購買データを元にペルソナを作成

購買者のライフスタイルや志向性を踏まえ、  
広告主様の保有データだけでは把握できない  
実購買などのデータを補完したペルソナを作成します。

訴求内容の策定に分析データを活用



ターゲットに併せた訴求でアプローチ

設定したペルソナに基づき訴求軸を明確化し、  
One to Oneコミュニケーション型の  
クリエイティブで広告配信を行います。

広告がオフライン購買に与える効果の可視化



訴求別で広告効果を可視化

広告ごとのオフライン購買への寄与度を可視化。  
広告への接触／非接触をベースにリフト値を算出し、  
効果を検証します。

### 施策のポイント

既存顧客のデータを基にペルソナを作成し、ペルソナ起点の訴求・ターゲティングで広告配信を実施。  
オフライン購買に寄与した訴求を検証・抽出した。

## 競合商品の利用者傾向を分析・可視化し、 自社商品との差分を抽出→効果的なアプローチにつなげる

業種 金融業界

商材 ローン

### 目的

競合商品と比較した利用者傾向の把握

### 成果

デジタル広告における最適なアプローチ設計・効率化

### 施策

競合・類似商材の調査



自社・競合を横断した顧客可視化

自社および競合商品の購買データを横断的に整理し、顧客構成や行動傾向の差分を可視化します。

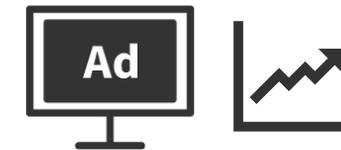
可視化された調査結果の分析



最適なターゲット像を分析

競合商品利用者の動線や購買パターンを分析し、自社商品が狙うべきターゲットはどこか？を分析します。

適したターゲット像へのデジタル広告配信



デジタル広告を配信・効果を検証

設定したターゲット像の広告反応率やCV率を検証。利用者の変化等を再度可視化して分析結果を次回施策に活用します。

### 施策のポイント

競合商品と自社商品の利用者傾向が明確に整理され、  
具体的な狙い/ターゲット像を定めた広告配信～検証アプローチを実現した。

このような方はぜひお気軽にご相談ください！

- **デジタル広告の効果検証** に課題がある方
- **広告接触から購買につながったか** を検証したい方
- **競合商品の購買傾向** を知りたい方
- **商品訴求・ターゲット設計** などの精度を向上させたい方 など



＼ 1分で登録完了！ ／

お打ち合わせ申し込み



情報収集としてでも構いませんので  
**CCC MK HOLDINGS** にご相談ください！

デジタル広告について詳しく知りたい方はこちら

デジタル広告の媒体資料を見る

お問い合わせフォーム

<https://www.cccbiz.jp/contact>

メールでのお問い合わせ

[mks-info@ccc.co.jp](mailto:mks-info@ccc.co.jp)