



ヤフーとデジタルサイネージ

ヤフー株式会社 マーケティングソリューションズカンパニー
ビジネス開発本部

井上真吾

2016年4月19日

<http://marketing.yahoo.co.jp/>

目次

-
1. Yahoo! JAPANのご紹介
 2. Yahoo! JAPANとデジタルサイネージ
 3. Yahoo! JAPAN広告とデジタルサイネージ
 4. Yahoo! JAPANの持つデータの活用
-

Yahoo! JAPANのご紹介

Yahoo! JAPANとデジタルサイネージ

デジタルサイネージに提供できること

社外秘

Yahoo! JAPAN



ユーザー



広告主

メディア事業

広告事業

コンテンツ

広告

コンテンツ

Yahoo!トピックス

Yahoo!ニュース

Yahoo!検索

Yahoo!天気

Yahoo!スポーツ

Yahoo!占い

⋮

Yahoo! JAPAN広告とデジタルサイネージ

Yahoo! JAPAN広告

社外秘

広告出稿の目的



認知

プレミアム広告
(プライムディスプレイ+その他)

プレミアム広告
(ブランドパネル+リッチアド)

ビデオ広告

プレミアムDSP



集客

Yahoo!ディスプレイネットワーク
(YDN)



獲得

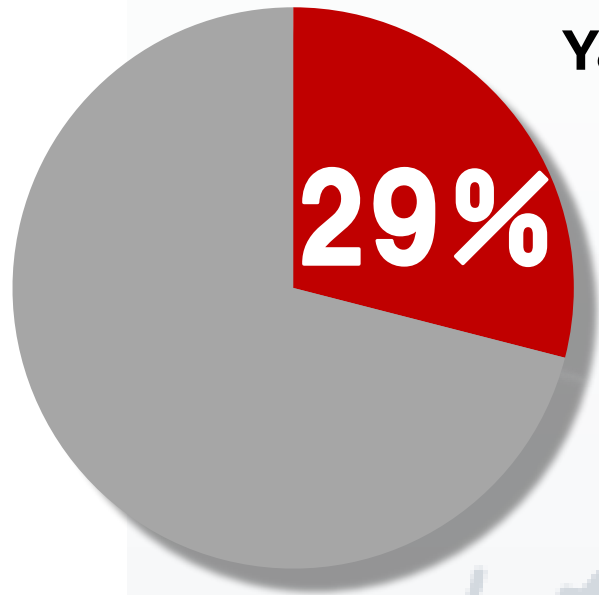
スポンサードサーチ

PV単価安

PV単価高

Yahoo! JAPANのデジタル広告比率

社外秘



Yahoo! JAPAN

29%

プレミアム広告

広告出稿の目的



認知



ビデオ広告



集客



獲得

PV単価安

PV単価高

プレミアム広告

社外秘

広告出稿の目的

達成したいこと

KPI



認知

多くのユーザーに広告を到達させる
ユーザーの印象に残りやすくする

ビデオ広告

リーチ
インプレッション



集客

ライナップ



ブランドパネル



トップインパクト



プレミアム
ビジョン



エキスパンド
スクリーン



インストリーム



獲得

PV単価安

PV単価高

プレミアム広告

社外秘

広告出稿の目的

達成したいこと

KPI



認知

多くのユーザーに広告を到達させる
ユーザーの印象に残りやすくする

ビデオ広告

リーチ
インプレッション



集客

Yahoo!ディスプレイネットワーク
(YDN)

どのような人に
何回見られたのか



獲得

スポンサーサーチ

PV単価安

PV単価高

デジタルサイネージとのセット販売

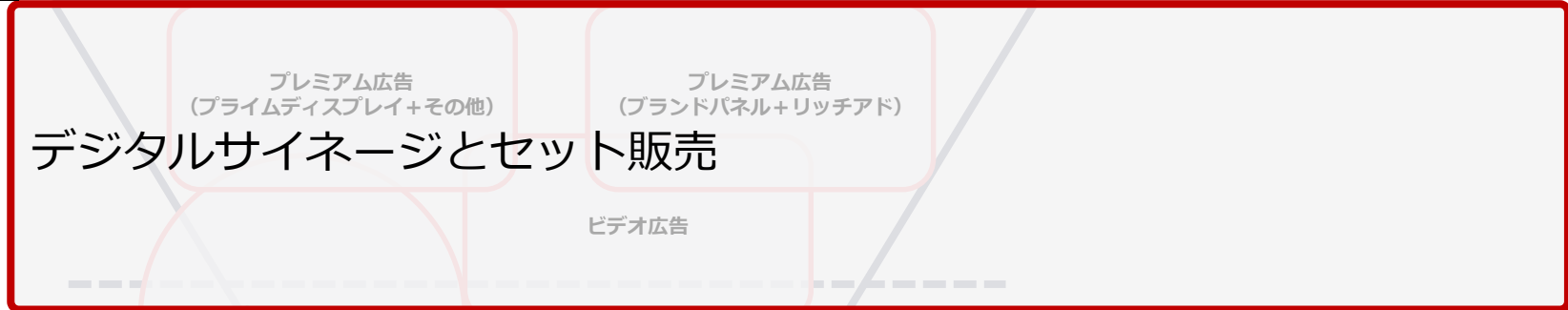
社外秘

広告出稿の目的

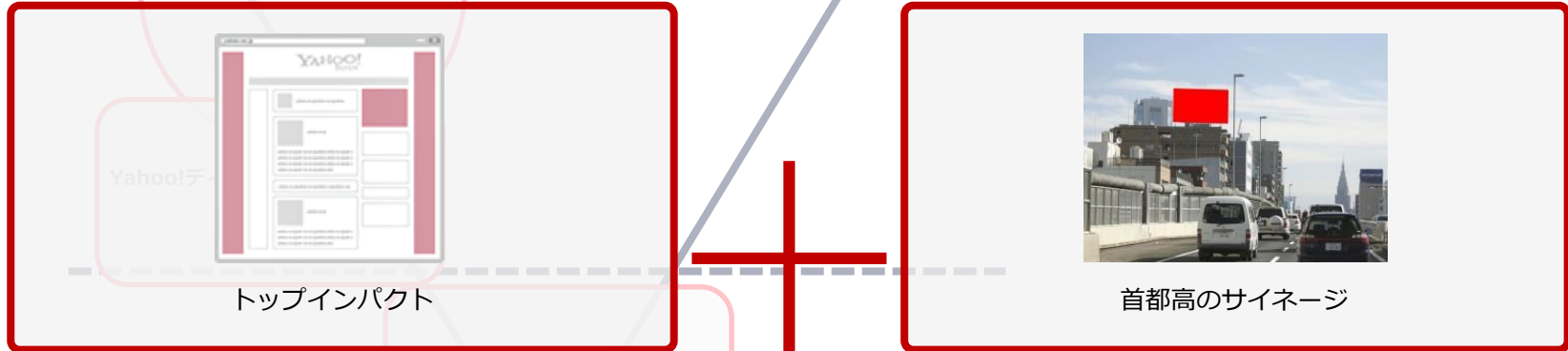
チャレンジしたいこと



認知



集客



獲得



デジタルサイネージとのセット販売

社外秘

広告出稿の目的

チャレンジしたいこと



認知

デジタルサイネージとセット販売

プレミアム広告
(ブライムディスプレイ+その他)

プレミアム広告
(ブランドパネル+リッチアド)

ビデオ広告



集客



トップインパクト



首都高のサイネージ



獲得

スポンサードサーチ

課題

デジタルサイネージにおいて「リーチ」「インプレッション」が取れるか
セット販売は効果があるのか

PV単価高

広告主A

社外秘



広告主B

社外秘



課題を解決するための調査

社外秘

課題

デジタルサイネージにおいて「リーチ」「インプレッション」が取れるか
セット販売は効果があるのか

調査

調査概要

「デジタルサイネージ」および
「Yahoo!JAPAN トップインパクト」での掲載、
アンケート調査を実施

検証項目

サイネージ広告の認知、印象、態度変容
インターネット広告の認知、印象、態度変容

調査手法

Yahoo!リサーチ・モニター（15歳以上男女関東居
住）を対象にしたインターネット調査



ブランドパネルOTS者



デジタルサイネージOTS者

調査内容

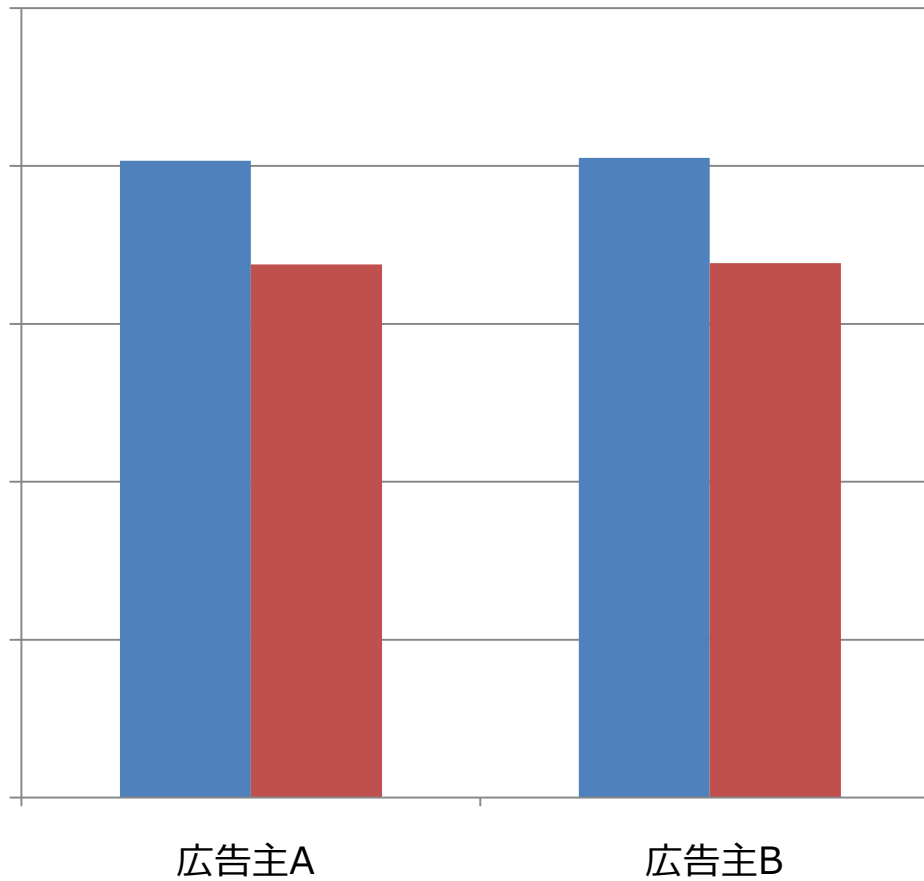
- ✓ 広告認知率
- ✓ 興味関心度
- ✓ 好感度
- ✓ 購入意欲
- ✓ 企業イメージ

調査結果

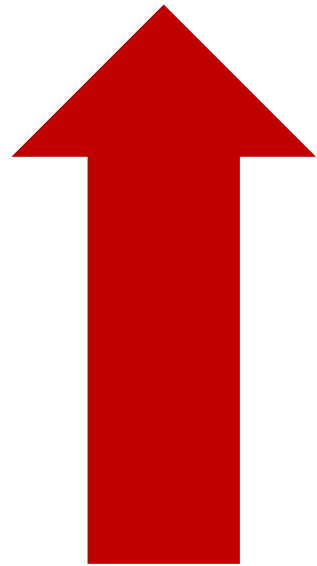
社外秘

リーチ率

■ サイネージ + ブラパネ
■ ブラパネのみ



リーチ率
+6.6%



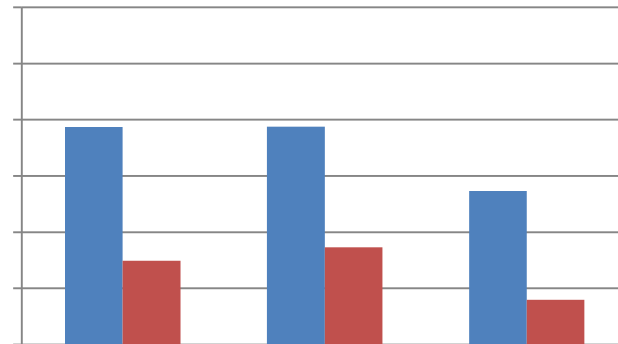
調査結果

社外秘

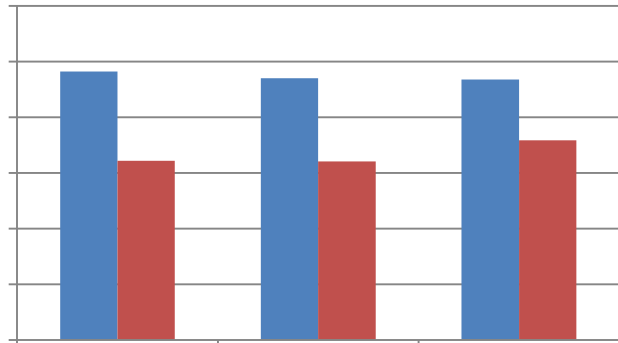
態度変容

■ サイネージ + ブラパネ
■ ブラパネのみ

広告主A



広告主B



興味関心が...

好感が高...

購入したく...

興味関心

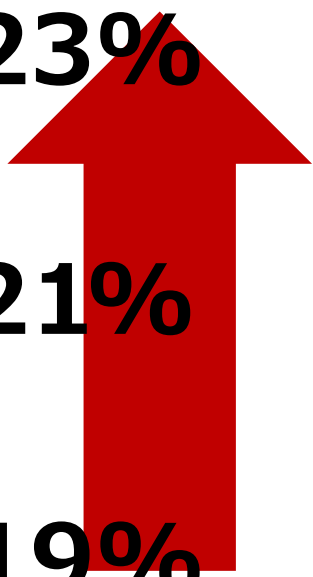
+ 16%~23%

好感度

+ 14%~21%

購買意欲

+ 10%~19%



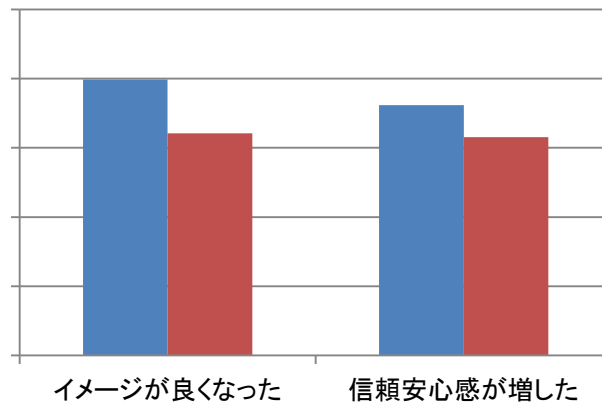
調査結果

社外秘

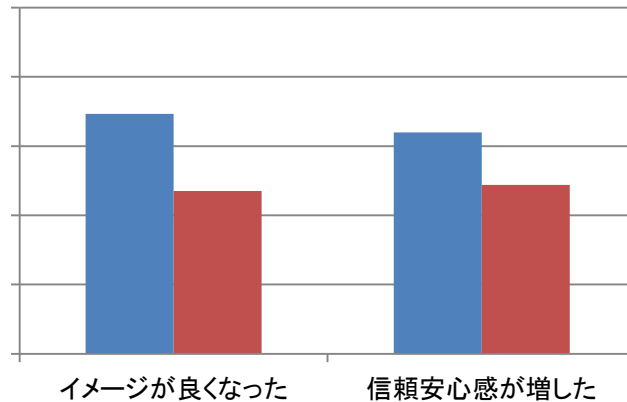
企業イメージ

- サイネージ + ブラパネ
- ブラパネのみ

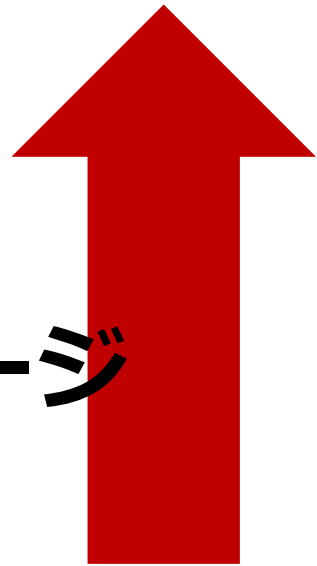
広告主A



広告主B



企業イメージ
+7.8%





Yahoo!カーナビ

Yahoo! JAPANの持つデータの活用

デジタルサイネージでの課題

社外秘

課題

デジタルサイネージにおいて「リーチ」「インプレッション」が取れるか

課題2

デジタルサイネージにおいて「ターゲティング」は可能か

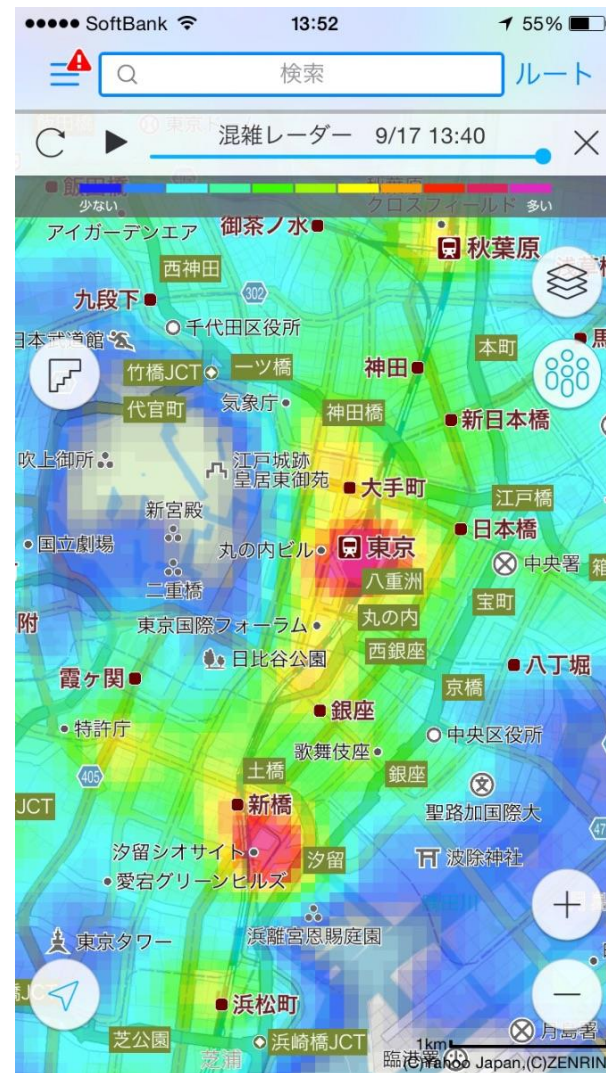
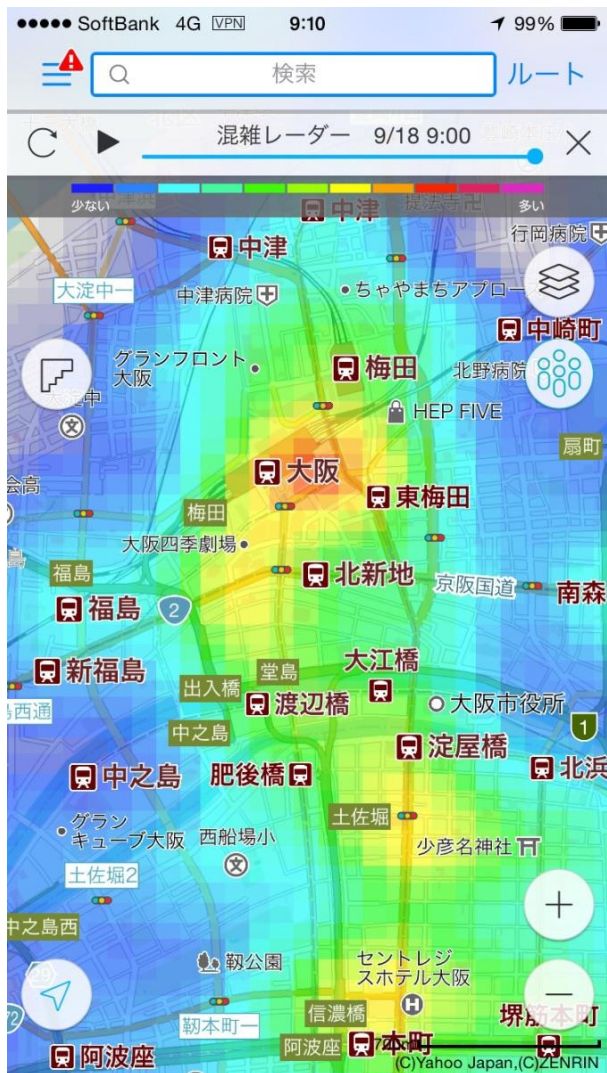
ヤフーデータの活用

社外秘



ヤフーデータの活用

社外秘



活用できるデータ

社外秘

特定箇所における

ユーザ数

性別・年齢

滞在時間

YAHOO!
JAPAN
