Total Marketing Simulator

XICA magellan

※特許申請中

CONFIDENTIAL

サイカとは

サイカは**「ひとの決断を応援する」**をビジョンに、統計学とコンサルティングの
実績を活かした、**ニーズ特化型の分析アプリケーション**を提供している会社です。

会社概要

- 社名：株式会社サイカ
- 代表者：代表取締役CEO 平尾喜昭
- 設立：2012年2月
- 資本金等：4,929千万円
- 事業内容：統計を利用したソフトウェアの開発・販売
- 株主：経営陣
  - アーキタイプベンチャーズ株式会社
  - 伊藤忠テクノロジーベンチャーズ株式会社
  - 株式会社電通デジタル・ホールディングス
  - 株式会社リクルートホールディングス
  - Draper Nexus Venture Partners
  - salesforce.com
  - ほか
- 所在地：東京都千代田区西神田2-5-2TASビル3F

トピックス

- (株)電通と業務資本提携を締結。
- データ・サイエンティスト・オブ・ザ・イヤー受賞の原田博植氏が参画。
- マーケティング分析の専門家、慶應義塾大学星野崇宏教授が参画。

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

index

共通する課題

- プロモ―ションの効果測定の悩み

XICA magellanとは

- XICA magellanでできること

導入しているお客様

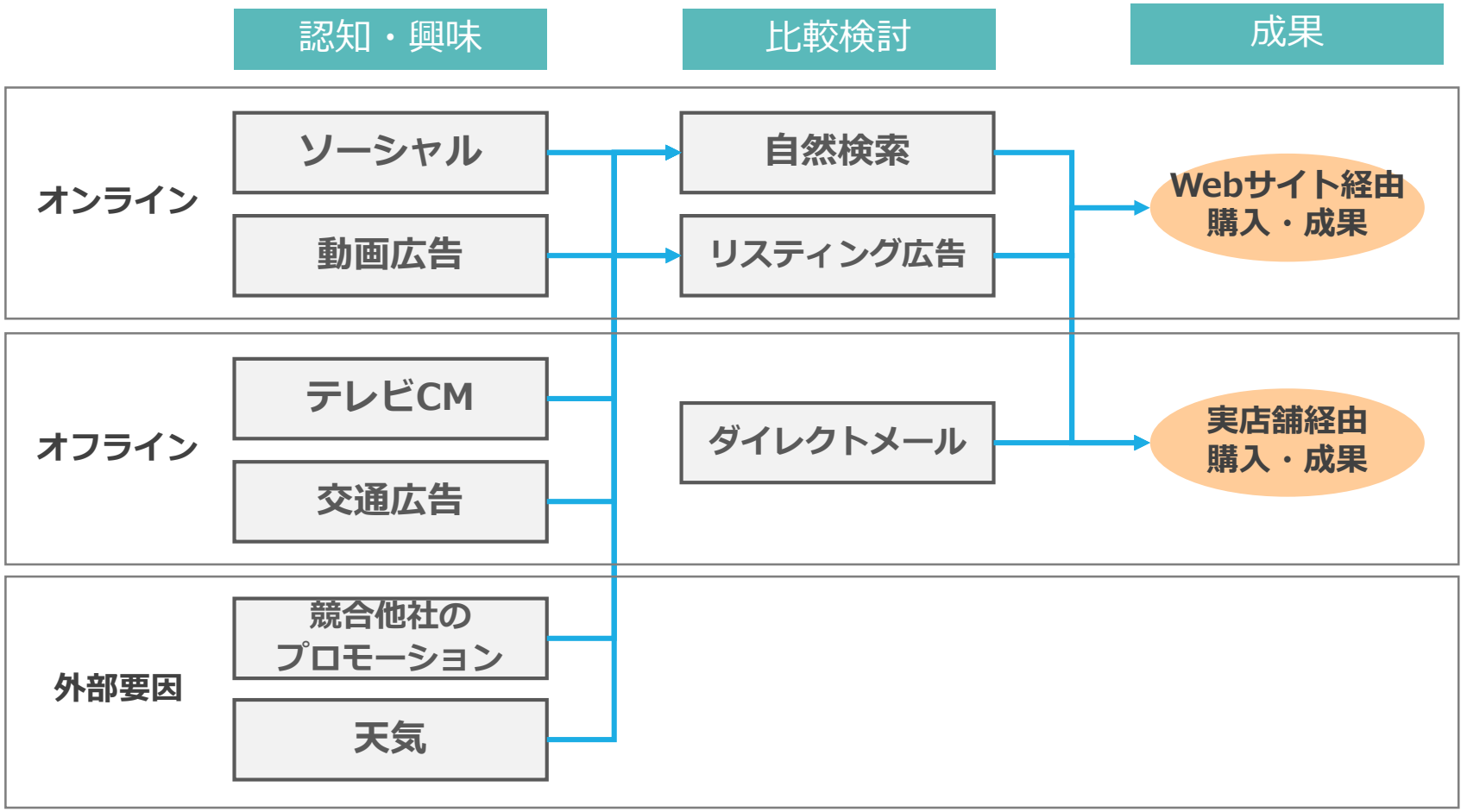
- 活用事例

Appendix

- 導入スケジュール
- 料金

共通する課題

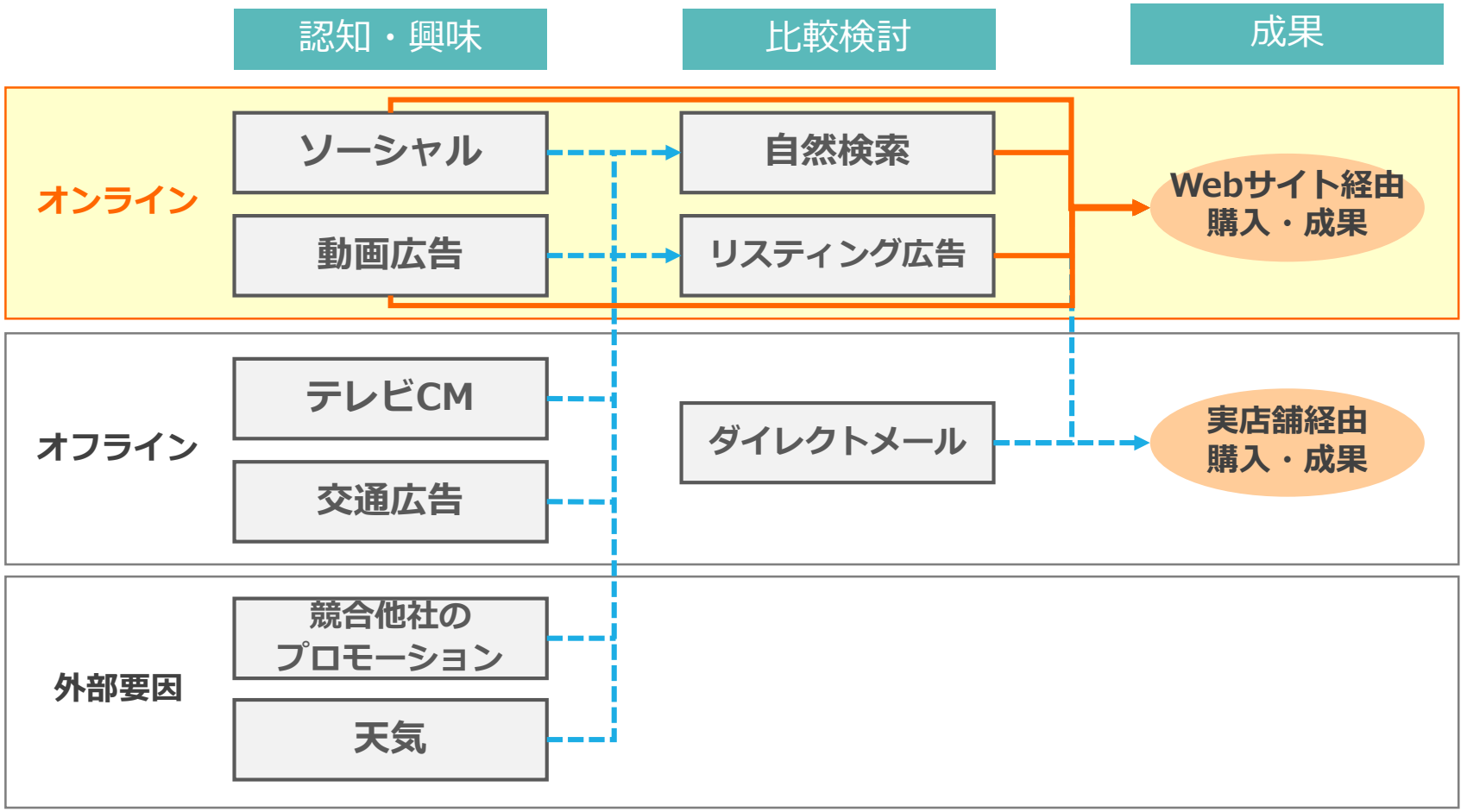
プロモーションにおいて、顧客は**オンライン広告、オフライン広告、外部要因**など多くの要素に影響されて成果に至っています。



© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

共通する課題

一方で、広告の効果測定は、**オンラインかつラストタッチに限定**されており、
各施策がどのように成果に結びついているかを捉えることができていません。

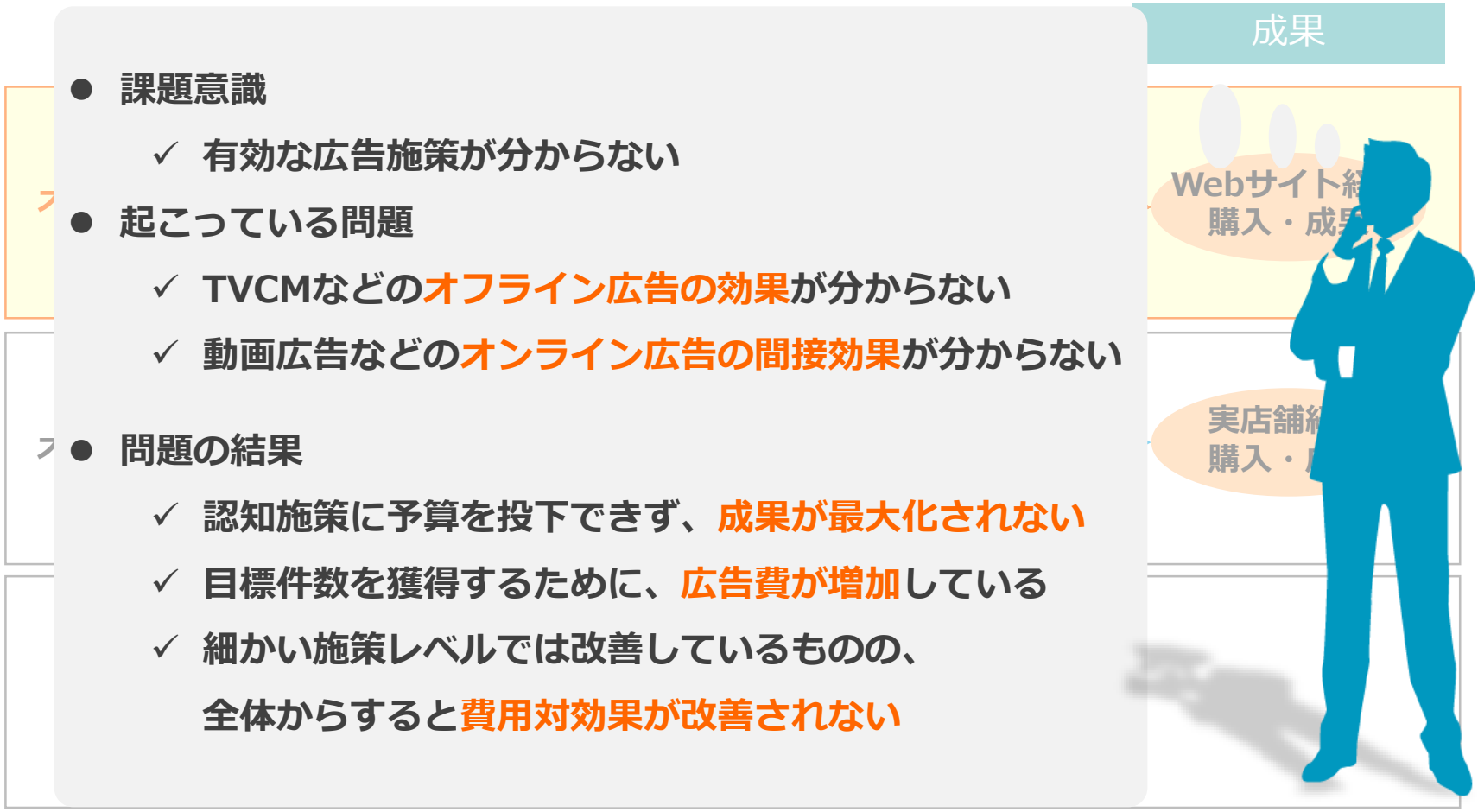


© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

共通する課題

多くの企業がオンライン広告、オフライン広告の**統合した評価**について悩みを抱えています。

- **課題意識**
  - ✓ **有効な広告施策が分からない**
- **起こっている問題**
  - ✓ **TVCMなどの**オフライン広告の効果**が分からない**
  - ✓ **動画広告などの**オンライン広告の間接効果**が分からない**
- **問題の結果**
  - ✓ **認知施策に予算を投下できず、**成果が最大化されない
  - ✓ **目標件数を獲得するために、**広告費が増加**している**
  - ✓ **細かい施策レベルでは改善しているものの、全体からすると**費用対効果が改善されない

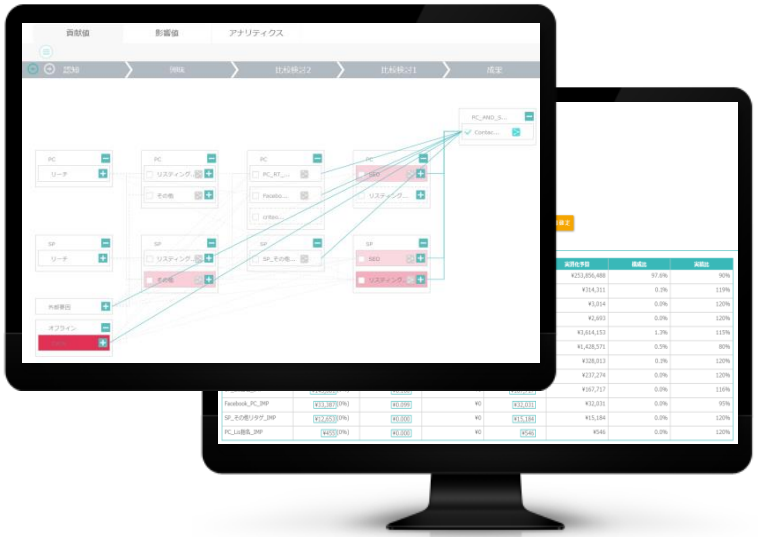


© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

課題解決コンセプト

部分的な評価ではなく、**オンライン・オフライン広告を統合**し、
一気通貫したプロモーションを支援するのが「XICA magellan」です。

XICA magellan



- ✓ **統計学に基づくアプローチ**
- ✓ **データサイエンティストでなくても使用できるよう、分析を自動化**
- ✓ **お客様の好きなタイミングでいつでも分析可能**

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

index

企業に共通する課題

- プロモーションの効果測定の悩み

XICA magellanとは

- XICA magellanでできること

導入しているお客様

- 活用事例

Appendix

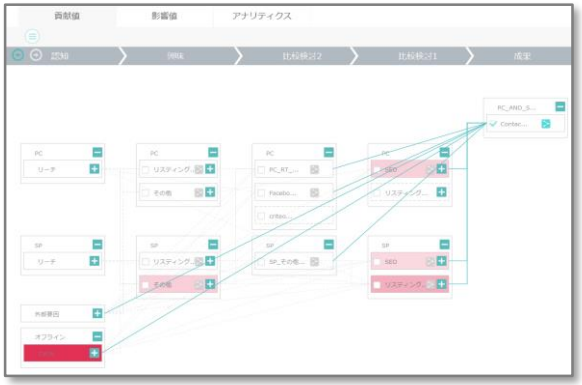
- 導入スケジュール
- 料金

XICA magellan(以下、マゼラン)でできること

オンライン・オフラインのプロモーションを統合し、効果の**可視化～評価～運用支援**まで一貫して行うことで、プロモーションを支援します。

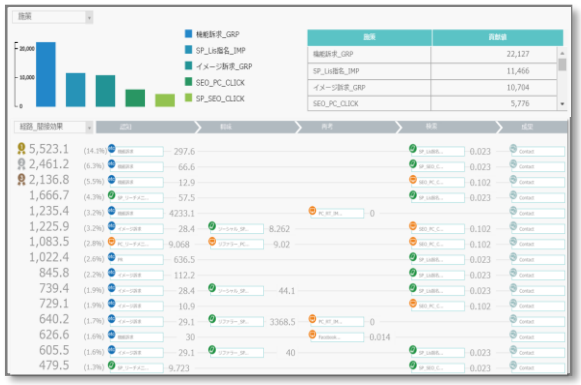
施策の繋がりを可視化

- カスタマージャーニーに合わせた、施策間の関係性を明らかにします。



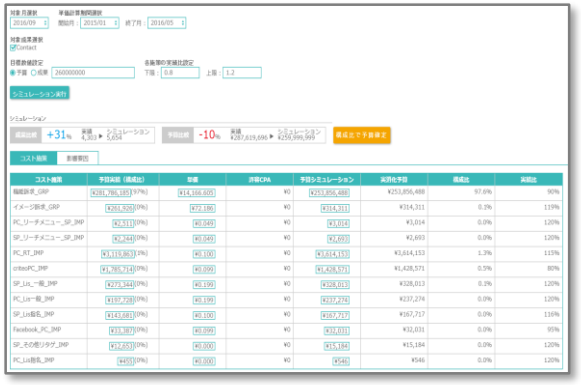
施策の貢献を数値化

- 施策の間接効果も含めた影響力の強さや成果数を導き出し、施策の評価を行います。



最適な予算配分案の算出

- 統計上、成果を最大化させる(最も効率的な)予算配分案を算出します。

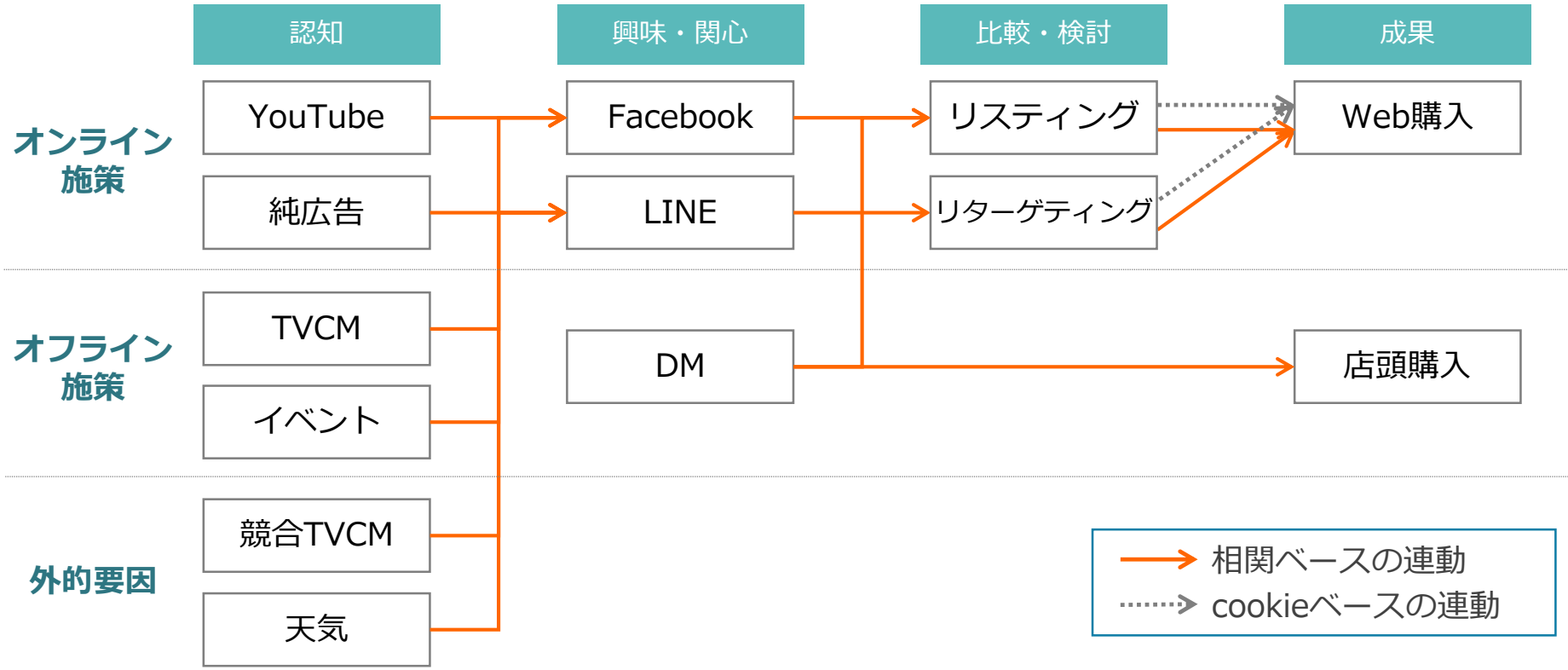


© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

マゼランにおける広告分析のアプローチ

マゼランの分析アプローチ

- マゼランはパス解析を採用しており、時系列データを揃え、重回帰分析を多段で繰り返しています。
  - ✓ **cookieではなく数値データ同士の関係性(=相関)**から施策同士の繋がりを導き出すことで、オフライン・オンラインを横断した施策の評価が可能になります。



© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

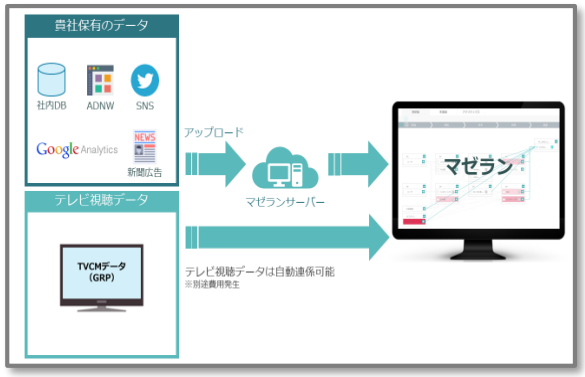
CONFIDENTIAL

マゼランの機能構成

データのアップロードは弊社指定のファイル形式で行っていただきます。分析更新は自動的に行われます。

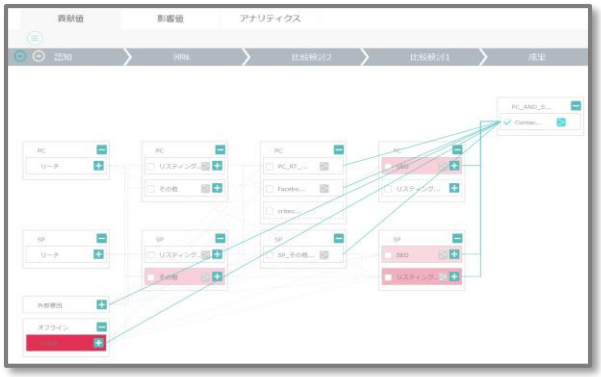
データ収集 → データ分析 → 予算配分

機能①：データ連携



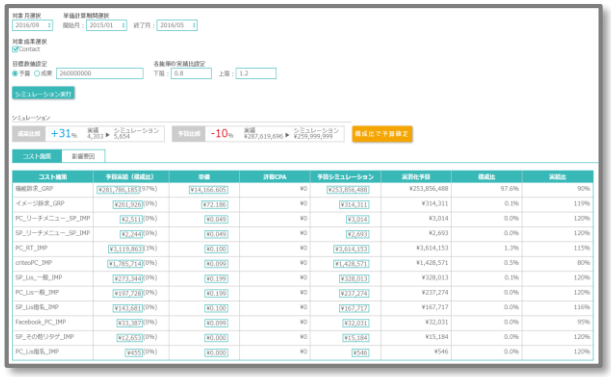
広告データ、成果データを弊社の用意するサーバにアップロードいただきます。

機能②：ナビゲーション



施策同士の連動性を可視化し、影響度を数値化します。

機能③：プランニング



統計上最適な予算配分案を提示します。

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

index

企業に共通する課題

- プロモ―ションの効果測定の悩み

XICA magellanとは

- XICA magellanでできること

導入しているお客様

- 活用事例

Appendix

- 導入スケジュール
- 料金

マゼランを導入しているお客様 ※ロゴの提供を許諾いただいているお客様のみ掲載

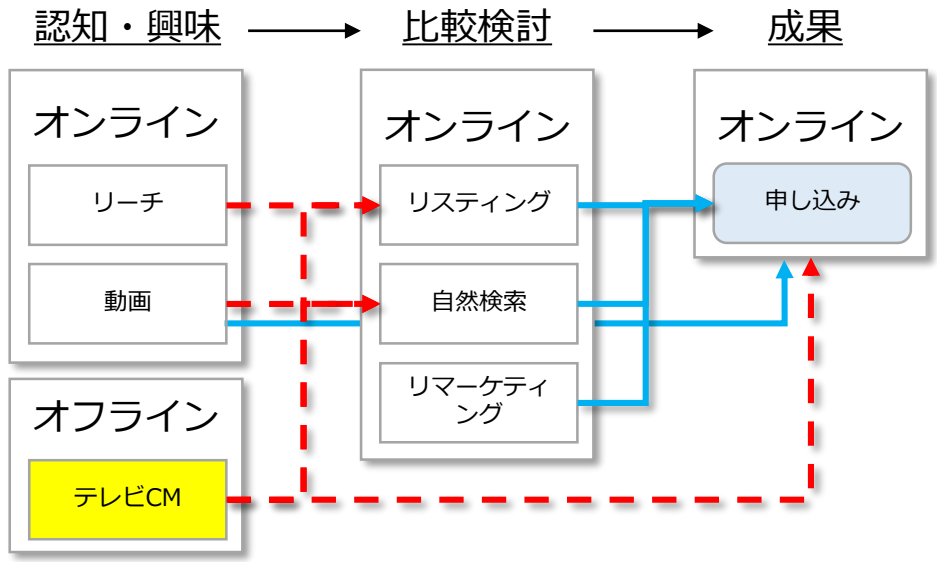
金融		SMBC CONSUMER FINANCE	生命保険 / カード / …etc
メディア	人材	SMS Best matching Best value	転職（総合ジャンル） / …etc
	その他	LIFULL HOME'S	飲食 / 教育 / …etc
アプリ			ゲームアプリ / ニュースアプリ / …etc
EC		AllAbout Life Marketing	化粧品メーカーECサイト / …etc
その他		FUJITSU	通信キャリア / 化粧品メーカー / コンテンツ(ex)音楽 / …etc

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

生命保険A社における活用事例

施策名　特に注目している施策
評価できていない広告効果
評価できている広告効果

項目	内容
部署	データ関連部門／マーケティング部門
事業内容	ダイレクト型生命保険事業
KPI	Webサイト経由の問い合わせ



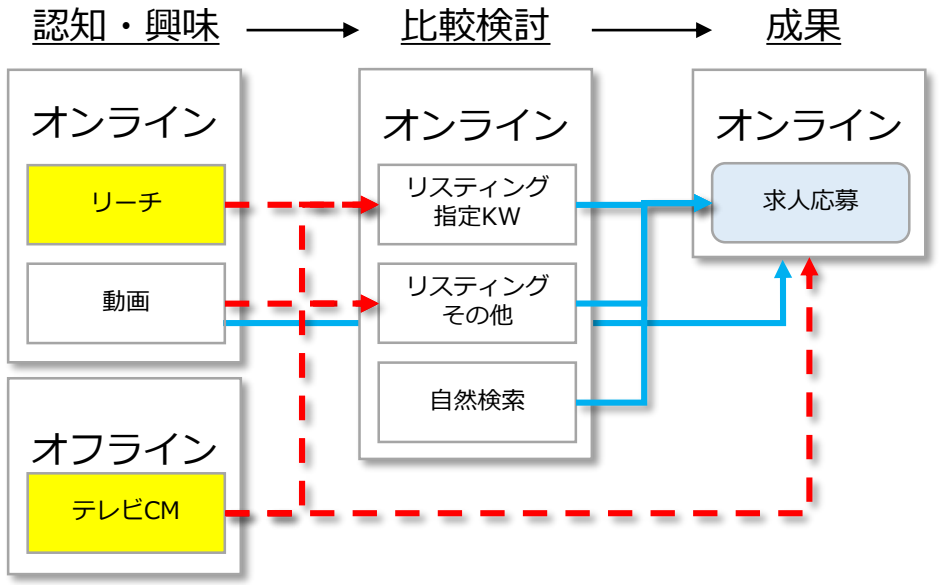
- 課題：オンラインのPDCAは行ってきたが、競合がひしめく中で**CPAが高騰**してきている
  - ✓ TVCMを含めた統合評価にしかCPA改善の手立てが残っていないが、打ち手が分からずにいる
    - そもそもTVCMの効果が分からない
    - TVCMの効果を最大化するようなオンラインのプランニングが分からない
- マゼランの活用：1. **TVCM起点で発生した成果数を把握**し、TVCM出稿の意思決定に活用
  2. TVCMの波及効果を最大化するような**オンラインの予算配分の算出**
- 成果 ： **TVCMを継続出稿することに決定**し、広告の**費用対効果10%改善**を実現

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

人材系メディアB社における活用事例

施策名　特に注目している施策
評価できていない広告効果
評価できている広告効果

項目	内容
部署	宣伝部、オンラインマーケティング部門
事業内容	アルバイトポータルサイト運営
KPI	Webサイトの会員登録、求人応募



- 課題：ラストタッチのCPAで最適化を行った結果、刈り取り系施策に予算が寄ってきてしまい、
  成果の先細りが見られる
  - ✓ オンラインのディスプレイ広告の間接効果を加味できていない
  - ✓ TVCMの波及効果を成果、他の施策と紐付けて行えてない
- マゼランの活用：1. オン/オフ双方の広告を適切に評価し、**広告予算全体に対する成果の最大化・最適化**
  2. TVCMが影響を与えている**オンライン施策の把握**
  3. TVCMの**効果の可視化**と**訴求メッセージ別の評価**
- 成果：広告費は維持したまま、**求人応募数30%増加**

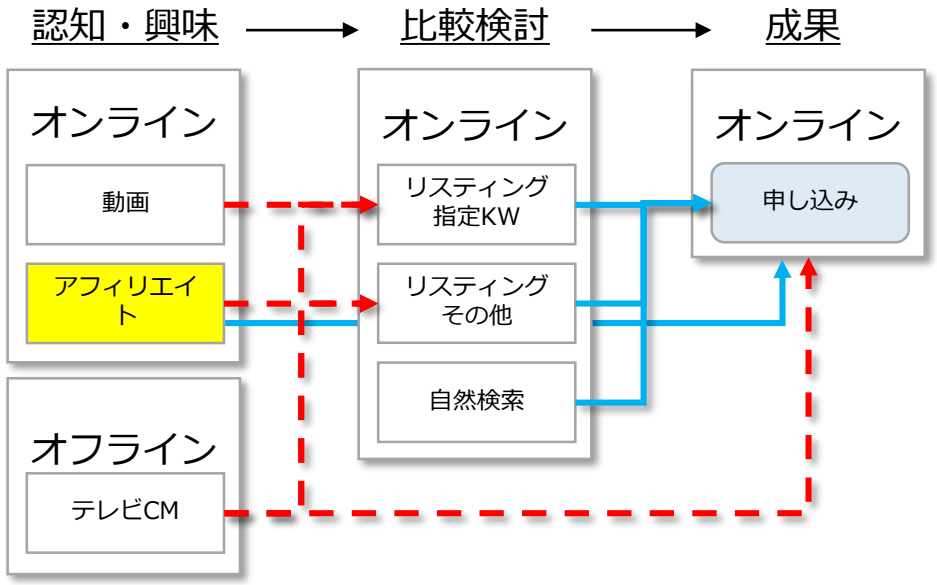
XICA magellan

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

金融系C社における活用事例

施策名　特に注目している施策
評価できていない広告効果
評価できている広告効果

項目	内容
部署	マーケティング部門 （オンライン・オンライン広告を共に担当）
事業内容	オンライン型金融サービス
KPI	Webサイト経由の申し込み



- 課題：アフィリエイトに予算を多く投下しているが、自社にとって“有効”な施策か判断できないまま、
  アフィリエイトの予算総額が増える一方だった
- マゼランの活用：1. **アフィリエイトASP毎の間接効果**の把握
  2. 間接効果を加味したアフィリエイトASP毎の単価設定
- 成果：全体のCV数は維持しながら、**アフィリエイトの総出稿金額を減額**

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

index

企業に共通する課題

- プロモ―ションの効果測定の悩み

XICA magellanとは

- XICA magellanでできること

導入しているお客様

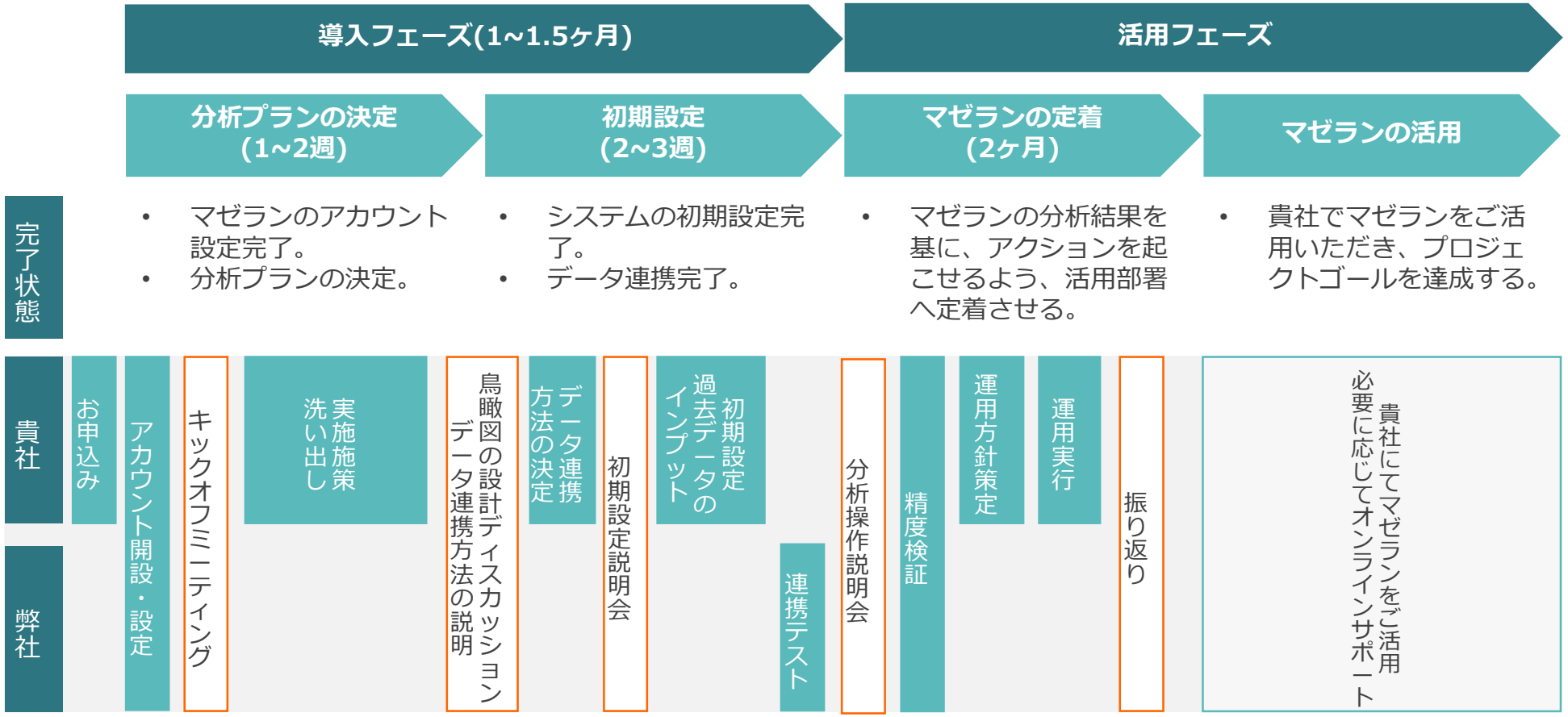
- 活用事例

Appendix

- 導入スケジュール
- 料金

導入スケジュール

- ✓ マゼランのご利用開始日は**毎月1日**になります。
- ✓ プロジェクトのゴールを達成するために、**全5回のミーティング**と**オンラインサポート**を通じて支援いたします。



※上記プロセスについては、目的や状況に応じて
より適切な進め方をご提案させていただくことがあります

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.

ご利用料金

基本料金

マゼラン ライセンスフィー	480万円／年間	✓ 5フォーマットまでのデータ連携費用含む

オプション料金

ビデオリサーチ テレビ視聴データ利用料	(1地域につき)120万円～／年間	✓ GRP(速報データ) ✓ データは東阪名の3地域から取得可能 ✓ 競合を含めた10銘柄まで取得可能
統合アトリビューション 付帯サービス料	72万円／年間	

- ✓ 最短12ヶ月の**年間契約(マゼラン利用料は一括支払い)**となります。
- ✓ ビデオリサーチのデータを利用する際は、**(株)電通を含めたお取組みおよび商流**となります。
- ✓ サポートキャンペーン中につき、サイカの導入支援、運用中のサポートは無償対応いたします。
- ✓ その他、貴社で保有していないデータを(株)電通経由で取得する場合、別途費用が発生することがあります。
  *過去のテレビ出稿データ、その他オフラインデータ(新聞、雑誌)など

© 2017 XICA CO.,LTD. All Rights Reserved.