

弊社は、BtoB ではまだまだ利用頻度の少ないアドテクノロジーを活用したマーケティング活動の支援をしている会社となります。

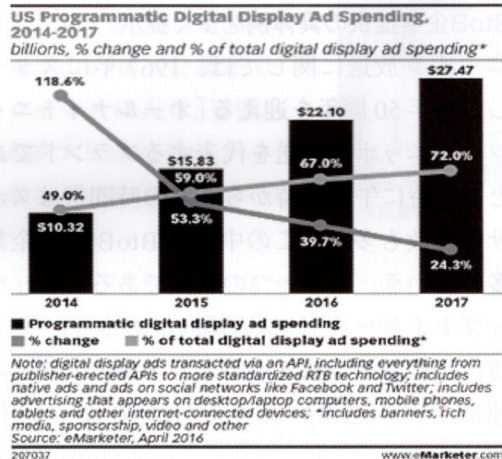
BtoC では当たり前のように使われている広告の手法が、近年の技術の発展、発達により BtoB の企業様でも活用できるようになってきました。BtoB の業界では浸透していないこのアドテクノロジーの技術を活用し、データを利用した「枠」から「人」への的確なアプローチによる、見込顧客の創出と顧客育成を株式会社メンテナンスは BtoB 企業様に特化してお手伝いしています。

## BtoB企業様専門の広告配信システム エクスリード (ExLead-DSP)

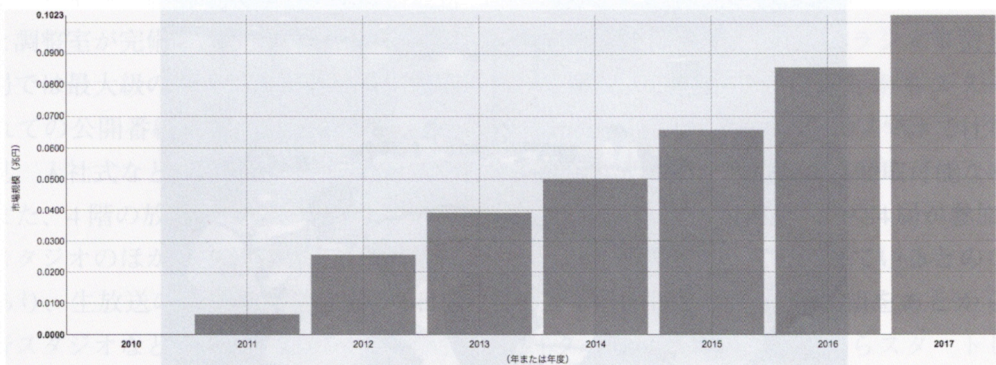
海外でのディスプレイ広告費全体の 2/3 以上 (67%) がプログラマティックになると予想されています。日本でも近年では、プログラマティックでの広告費が伸びてきています。

このプログラマティックバイイングとは、インターネットサイトで、純広告では販売できなかった広告在庫の余剰分を広告配信システムで購入すると言った方法で、メディアにとっても広告主にとってもメリットのあるテクノロジーです。

業界新聞、専門雑誌、展示会、メールマガジ



画像：More Than Two-Thirds of US Digital Display Ad Spending Is Programmatic - eMarketer



参照：マイクロアドの調査発表より RTB 経由のディスプレイ広告



注) エクリードで活用できるインターネット広告の活用範囲

ン、インターネットのポータルサイト、リスティング広告など様々な広告手法がありますが、弊社のエクスリードは、そのプログラマティックバイディングによる広告掲載の方法と職業情報を元にした約220種類以上の職業から、ターゲットとなる職業を選び出して、インターネット上の的確なターゲットユーザーに、商品メッセージを伝えることができる新しい選択肢となり得るシステムです。

例としては、企業のHPの改善をするサービスをマーケティング担当に向けてPR、企業向け展示会の出展社募集、工場向け設備を生産管理・生産技術の担当者向けにPR、会計業務の効率を向上するサービスを経営者・経営幹部に向けてPR、などです。

プログラマティックな広告取引とデータの利用が可能になったことにより、インターネットでモノやサービスを探している担当者に的確にPRができます。今までは、ターゲットの含有率の高いメディアに対して出稿していた広告も、データを活用しリアルタイムビディング(RTB)によって、対象となるユーザーに絞って広告を掲載することができます。

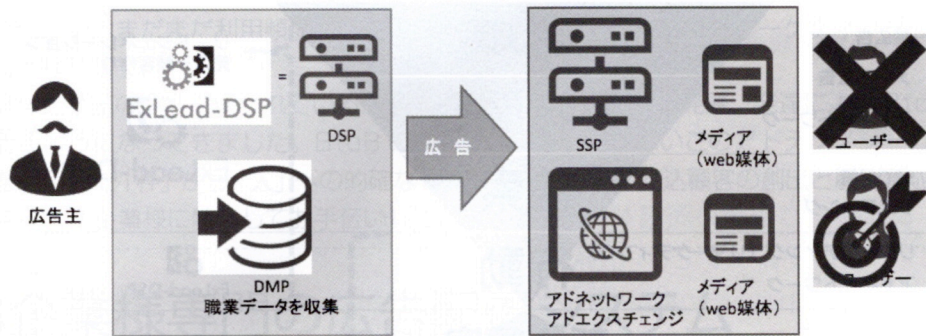
## なぜ職業でターゲティングができるのか？

プログラマティックでの広告取引を実現する仕組みの中に、DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)と言うシステムがあります。この中に蓄積している職業情報と紐付いたクッキーデータを持っているユーザーが、様々なサイトを閲覧しています。そのユーザーがサイトにアクセスしたタイミングで、該当するターゲットの職業のクッキーと照合し、ユーザーが閲覧しているページの広告枠に掲載するための金額を入札して広告掲載を行います。

## 広告手法の新しい選択肢、アドテクノロジー

今まではデモグラフィック情報(性別、年齢)や、インタレスト情報(趣味趣向、行動)が主体となっていたためBtoBでは活用が困難でした。

例えば建設業の施工管理の仕事に従事している人に、建設現場で使う機器の広告を見せたかったら業界新聞・業界雑誌・業界向けの展示会、今探しているユーザーに向けてのリスティング広告などに頼るしかありませんでした。インターネット広告であれば、業界のポータルサ



注) 配信システムの概要図

イトなどです。

対象となるユーザーが30代男性と想定出来るのであれば、その30代男性に対して自社の商圏エリアに範囲を絞って広告を掲載するのが広告施策としては限界でした。

このような事情から、BtoBでは活用が難しかったアドテクノロジーも職業データや、IP情報などを活用することが可能になったことで「必要だけその商品に気づいていないユーザー」に向けてPRができるため、新しい広告

手法の選択肢になりえます。

このような新しい方法を取り入れることはクライアント様としては学ぶことも多く大変なことではあるとは思いますが、弊社の理念である「お客様にとって本当に『必要なモノ・コト』を提供する。」「良い商品を利用できる『きっかけ』を作る。」、社名の由来でもあるメイク・ポテンシャル・カスタマーズ（見込顧客の創出）で、皆様のお力になればと思いますので、何卒宜しくお願い致します。