

GoGlobal
with Snap



メジャメント ガイドライン





デリバリー/ビューアビリティ/リーチ

私の広告の表示回数は?
視聴時間は?
広告で誰にリーチしたか?

MOAT

nielsen

IAS Integral Ad Science

mDAR + x-pub
mDAR、TAR

doubleclick by Google

DV DoubleVerify



レゾナンス

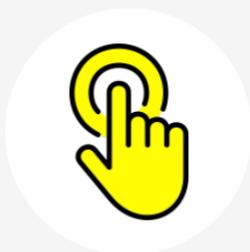
ブランドに対するオーディエンスの
認知度、理解、考えに広告はどのよ
うなインパクトを与えたか?

KANTAR



Snapファースト
パーティブラン
ドリフト

nielsen



リアクション

キャンペーンによって起きた人々の行
動（購入が増える、サイト訪問が増え
る、アプリをインストール）は?

アプリのイン
KOCHAVA  AppsFlyer
TUNE  adjust
Apsalar

位置情報

Placed
powered by FOURSQUARE

クローズドループ
ROI
nielsen
ORACLE
DATA CLOUD

マーケティングミッ
ANALYTIC PARTNERS  Marketing Management Analytics
neustar MarketShare 

ソリューション	概要	投資基準	検討事項
配信			
Nielsen mDAR	オーディエンスの確認	Snapでは現在サポートしていません	タグ付けが必要、全広告商品
Nielsen TAR	SnapとTVユニークリーチ分析	Snapでは現在サポートしていません	1500万以上のSnapインプレッションと25のTV GRP、TVウォーターマークを提供
MOAT	ビューアビリティ、無効なトラフィック分析	該当なし	Snap広告（ビデオと写真）、ストーリー広告、フィルターに適用
IAS	ビューアビリティ、無効なトラフィック分析	該当なし	Snap広告のみに適用
DoubleVerify	ビューアビリティ、無効なトラフィック分析	該当なし	Snap広告（ビデオと写真）、ストーリー広告、フィルターに適用
レゾナンス-ブランドリフト			
Snapファーストパーティ ブランドリフト	Snapブランドリフト	1万米ドル	最大4つの質問。アプリ内でユーザーに非接触者用と接触者用が提供される（クリエイティブなしまたは頻度のカット）
Kantar / MB Resonance	Kantar提供Snapブランドリフト	3万米ドル	最大4つの質問。アプリ内でユーザーに非接触者用と接触者用が提供される
Nielsen Resonance	Nielsen提供Snapブランドリフト	3万米ドル	最大4つの質問。アプリ内でユーザーに非接触者用と接触者用が提供される
リアクション-訪問			
配置	サードパーティ訪問とリフトインサイト	1万米ドル	キャンペーン後の報告。毎週の可能性。Snapのみまたは複数パートナーによる報告書
リアクション-マーケティングミックス			
マーケティングミックス、データ入力	MMM入力用カスタムデータフィード	該当なし	どのメジャメントパートナーにも提供可能。データのリードタイム10営業日
リアクション-コンバージョンリフト			
サードパーティ: Nielsen Catalina、Oracle ROI	顧客の取引またはクレジット/デビットデータに基づいたクローズドループROI調査	5万米ドル	ケースバイケースでの実行可能性と要件
Snapファーストパーティ コンバージョンリフト	ピクセルイベントまたはアプリイベントでの因果関係の増加を測定	*技術的な実行可能性は保留中	ピクセル+ハッシュ化されたIDパスバックまたはMMPが必要ケースバイケースでの実行可能性
リアクション-アプリのインストール			
Tune、Kochava、AppsFlyer、Adjust、Apsalar	アプリインストール数とインストール後のアクティビティを測定	該当なし	全Snap広告アプリインストールキャンペーンで利用可能かつ含まれています



まとめましょう!

目標と望む結果のアラインメント、結果をKPIに、KPIをソリューションにつなげることが効果的なメディアメジャメント戦略のカギです。



ファネル	ブランド 目的	DR/効果	結果	KPI	ソリューション
リーチ	私のキャンペーン閲覧者数は?		リーチ & 認知度	リーチ総数 ユニークリーチ SPUR	1Pリーチ + Nielsen TAR
	Snapで私のキャンペーンを閲覧したオーディエンスはどの程度固有なのか?			ブランド認知度 広告認知度	
認知度					1Pブランドリフト または3Pブランドリフト
	私の広告を見た人は見たことを覚えているか?				
検討	私のキャンペーンは人に影響を与えているか?	私のキャンペーンを見た人たちはブランドにエンゲージする意思があるか?		アクションの意図 勧める 意図 (NPS)	
意図	私の広告を見た人はブランドにさらに好感を持つか?	私のブランドからSnapのオーディエンスが購入する可能性は?			
再構築		広告を見た後に購入した人の数は?	コンバージョン & セールスの伸び	アトリビューションとなる コンバージョン 訪問 CPP ROAS	1Pアトリビューション または3P MTA。 1P訪問
インクリメンタリティ		私の広告によってブランドで買い物をする可能性は増えるか?		購入リフト CPIP iROAS	1P コンバージョンリフト



GoGlobal
with Snap

詳細情報

こちらをご覧ください

forbusiness.snapchat.com/go-global-with-snapchat

またはお近くのAPAC専門家にお問い合わせください。