

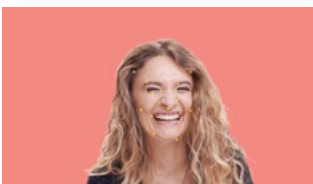


感情データで キャンペーン効果を高める

アンルーリー独自の感情データと、12年にわたる動画調査とターゲティング技術開発に基づく、動画事前テストからターゲティング配信まで網羅する、動画広告ソリューション。

UnrulyEQ Max

生体認証技術と、心理学に基づくユニークなアンケート調査結果を組み合わせ、動画広告が人の感情に与える影響を可視化。動画のどの瞬間が最も効果的なのか、視聴後にブランド好意度や購入意向は高まるのか業種別平均値と比較し、評価します。同時に、その動画がどんな人に響くのか明らかになり、無駄のないメディア投資が可能に。



- ・ 分析レポート(20ページ)
- ・ フェイシャルコーディング(顔表情分析)、スキップスコア、定性分析
- ・ ブランド指標、対象国における文化的適合性評価

UnrulyEQ Lite

UnrulyEQ Maxのライト版(最短3日間で納品)。動画配信前に、動画視聴によるブランド好意度などブランド指標と、動画広告が人の感情にどの程度の影響を与えるかを確認できます。

UnrulyEQ Lift

配信後テスト。動画視聴によるブランド好意度、想起率、購入意向などを計ります。

UnrulyEQ Custom Audiences

事前に動画広告調査を実施。調査結果から、動画がどんな人に響くのか分析し、ターゲティング配信に有効なオーディエンス・データを入手します。以下の多様なオーディエンス指定が可能です：

感情タイプ指定

動画広告に高い感情反応を示したオーディエンスを特定。拡張ターゲティングで配信します。郷愁、悲しみ、ショック、サプライズ、ひらめき、驚嘆、ハッピーなどの感情タイプがあります。

ペルソナ指定

ブランドが規定するペルソナに合致するオーディエンスを探し、配信。

視聴完了率指定

視聴完了した人、動画広告をクリックした人など、指定のアクションを取ったユーザをターゲットして配信。続編動画を配信したり、類似オーディエンスへ配信。

購入意向者指定

事前の動画調査で、自社商品の購入意思のある人の特徴を把握。この特徴を持つオーディエンスに配信。

好みのブランド指定

指定したブランドを好む人や、興味関心を持つ人の特徴を把握。この特徴を持つオーディエンスに配信。

UnrulyEQ Popular Audiences

Unrulyが独自に保有する消費者の感情や心理データを活用し、ターゲティング配信する手法。ご指定のDSPから、UnrulyXの動画在庫利用時にご利用いただけます。

(国民)文化要素指定

国毎に異なる様々な文化的要素(例：直感的か慎重か)のうち、自社の動画広告に重要な要素を指定して配信。

人格タイプ指定

5つの主だった人格タイプ(内向的、外交的、情熱的、冷静、開放的、伝統的)を指定して配信。

情緒タイプ指定

人が視聴、または視聴完了した動画広告の種類から、どんな情緒的特徴を持つ人かを特定し、ターゲット配信する。例：温かみ溢れる動画広告を最後まで見た人を指定して配信。

動画シェアの理由指定

例えば、よい動画広告を見つけた事実を知らせたいからSNSで友人にシェアする、という人を指定して配信。

詳しくはjp@unrulygroup.comまでお問い合わせ下さい。