

トレンドーズ、D&M と提携しマイクロマーケティングパネルの運用を開始 消費行動調査により男女 16 分類にクラスタリング

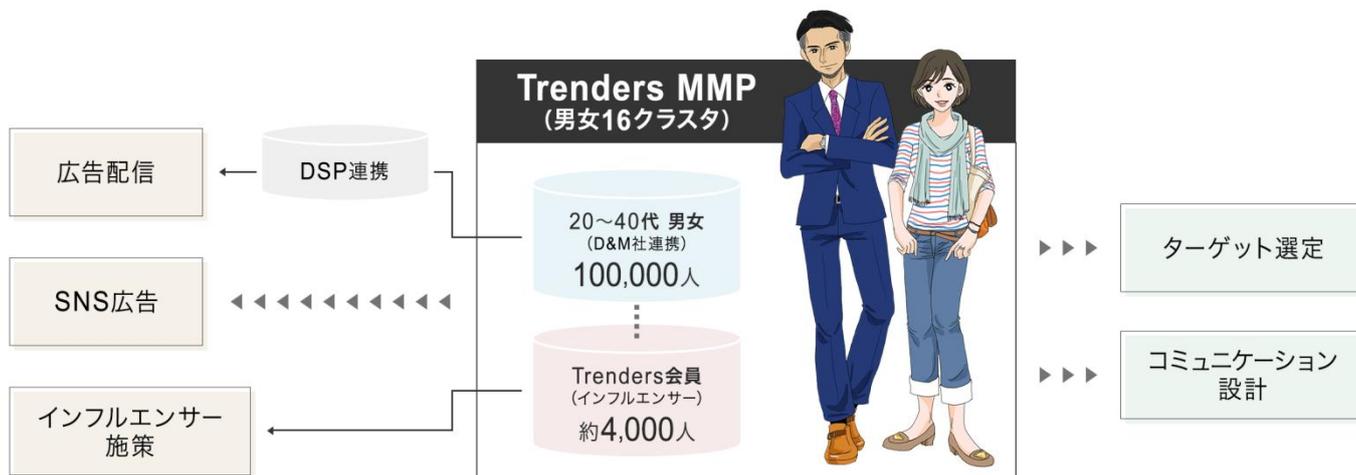
「MarTech Company」としてマーケティング×テクノロジーを軸とした事業展開を進めるトレンドーズ株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表:岡本伊久男、東証マザーズ上場:証券コード 6069)はビッグデータを活用したマーケティングソリューションを提供する株式会社ディーアンドエム(所在地:東京都新宿区、代表:杉村昌宏)と提携し、20~40代の男女10万人の消費行動調査に基づくマイクロマーケティングパネルの運用を開始いたしました。

◆ 男女 10 万人の消費行動調査データに基づくマイクロマーケティングパネル

情報経路の増加やECの普及に伴い消費行動が多様化する中、企業のマーケティング活動においてターゲットセグメントをより細分化したマイクロマーケティングの必要性が増えています。そのような背景を踏まえトレンドーズは、株式会社ディーアンドエムとの提携により、20~40代の男女10万人に実施した消費行動調査データのクラスタ分析による男女16分類「トレンドーズマイクロマーケティングパネル(トレンドーズ MMP)」の運用を開始いたしました。消費行動調査においては、17の商材カテゴリ別の消費行動をはじめ、基本属性、メディア接触状況、SNS利用状況、フォローしているインフルエンサー、趣味嗜好、価値観などの項目を複合的に分析することで、より消費者インサイトを踏まえたクラスタリングを実現いたしました。

トレンドーズ MMP に対して商品・サービスの認知度や購買経験を調査することで、現状の顧客層の把握と戦略的ターゲット選定が可能になります。さらにターゲットクラスタのインサイトを踏まえたコミュニケーション設計や広告クリエイティブ選定、SNSの利用状況に基づいたSNS広告のプランニング、DSP各社との連携によるターゲットクラスタに向けたダイレクトな広告配信など、マーケティング施策に幅広く活用いただけます。

また、トレンドーズが保有する約4,000人のインフルエンサーネットワークとも連携することで、ターゲットクラスタに属するインフルエンサーをキャストするなど、インフルエンサー施策との連動も可能となります。



■ 株式会社ディーアンドエムについて

マーケティングリサーチ事業を主軸とする株式会社クロス・マーケティンググループの子会社であり、マーケティングリサーチを通じて培った消費者パネルネットワークや、データ分析ノウハウなどを駆使し、企業のマーケティングニーズに応える幅広いプロモーションサービスを提供。ターゲットの抽出軸には、性別、居住地、商品・サービスの保有や利用経験など2,000以上の基準で抽出した項目があります。今後、多様化していく生活者ニーズに的確にアプローチをしていくため、新たな抽出軸として「消費行動や価値観などの生活者インサイト情報」が追加されました。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <http://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東 3-9-19 VORT 恵比寿 maxim2F・3F
担当: 保谷(ほたに)/ TEL: 03-5774-8873 / FAX: 03-5774-8875
お問い合わせメールアドレス press@trenders.co.jp