

各位媒体朋友

2017 年 10 月 25 日

博报堂 DY 集团和 Tealium Inc.、TIS 株式会社、
创建项目小组 “Team AIM (Audience Integrated Marketing)”
对自开发新客户到维系既存客户的市场营销活动，进行一条龙支援
～博报堂和 Tealium Inc. 签署市场营销伙伴协议～

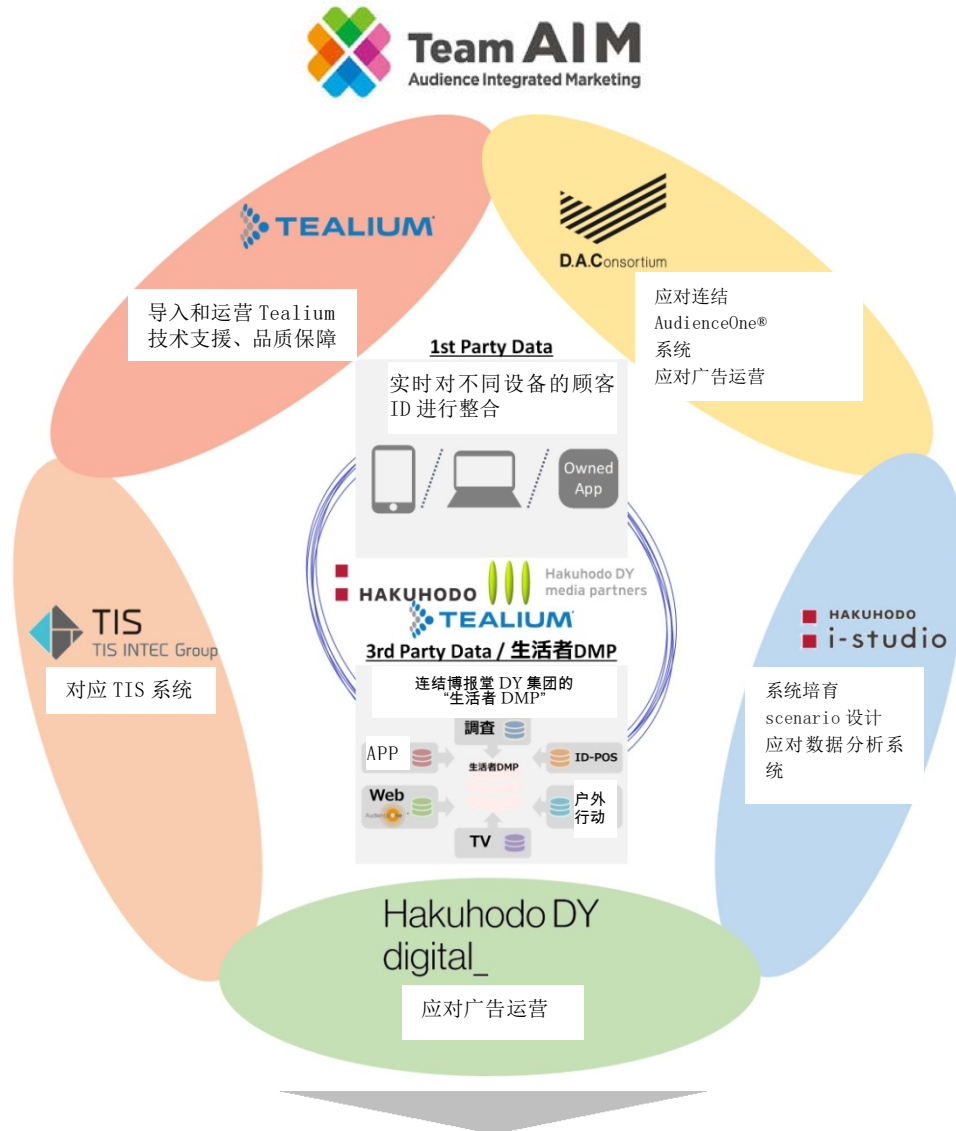
株式会社博报堂
株式会社博报堂 DY Media Partners
Tealium Inc.
TIS 株式会社
Digital Advertising Consortium 株式会社
株式会社博报堂 i-studio
株式会社博报堂 DY Digital

株式会社博报堂（总部：东京都港区，董事长兼总经理：水岛正幸，以下称“博报堂”）和株式会社博报堂 DY Media Partners（总部：东京都港区，董事长兼总经理：矢嶋弘毅、以下称“博报堂 DY Media Partners”）、Tealium Inc.（总部：美国加利福尼亚州，CEO：Jeff Lunsford、以下称“Tealium”）、TIS Intec 集团的 TIS 株式会社（总部：东京都新宿区、董事长兼总经理：桑野彻，以下称“TIS”）、博报堂 DY 集团的 Digital Advertising Consortium 株式会社（总部：东京都涩谷区、董事长兼总经理 CEO：岛田雅也、以下称“DAC”）、株式会社博报堂 i-studio（总部：东京都千代田区、董事长兼总经理：平林诚一、以下称“博报堂 i-studio”）、株式会社博报堂 DY Digital（总部：东京都港区、董事长兼总经理 CEO：辻辉、以下称“博报堂 DY Digital”）创立就开拓新客户到维系既存客户的营销活动一条龙式支援项目小组“Team AIM (Audience Integrated Marketing)”，特此通知。此外，此前博报堂和 Tealium 签署了营销伙伴合同。

该活动，旨在通过利用博报堂 DY 集团的营销数据基础的“生活者 DMP”（※1）和 Tealium 提供的服务“Universal Data Hub”（※2），为日趋复杂化的企业营销取得成功做贡献。

从开拓新客户到维系既存客户

一条龙支援利用 1st Party Data 和生活者数据的营销活动



本服务提供的价值

- ① 控制频率，优化广告运营
- ② 充分利用 BI 工具，实现营销 PDCA 运营的效率化和高度化
- ③ 充分利用高的统计分析技术，精准地判断用户
- ④ 充分利用生活者 DMP，更加全面地对用户心理进行分析和洞察。
- ⑤ 通过连结 AudienceOne® 系统，开发潜在客户 应对广告运营
- ⑥ 和 P-DMP 连结，实施 CRM（客户关系管理）措施

Team AIM (Audience Integrated Marketing) 的概要

伴随智能机器的普及，营销渠道日趋多样化，为了将企业营销活动提升到更高的高度，不仅需要企业掌握的生活者的行动，也需要将和企业不掌握的 WEB 行动、购买行动进行挂钩十分重要。

Team AIM 由博报堂 DY 集团、Tealium 和 TIS (※3) 组成，整合管理生活者各种行动和深层心理之基础的 Audience 数据，提供高度的营销服务，对开拓、培养中长期带来利益的顾客进行一条龙式的服务支持。

通过本措施，推行利用数字营销需要的营销 KPI 的设计、添加标签、系统要件定义、广告・CRM 运营、数据分析报告、导入 BI 工具、统计解析技术，支持预算最优化等业务，构筑速度安定和高质量的运营体制。针对企业，提供数字广告的最优化和生活者洞察分析、数字营销基盘等各种价值，帮助企业成功导入数字营销。此外，在成立 Team AIM 之前，博报堂和 Tealium 签署了营销伙伴合同。

<本体制可以对应的业务内容例子>

- 控制频率，优化广告运营
- 充分利用 BI 工具，实现营销 PDCA 运营的效率化和高度化
- 充分利用高的统计分析技术，精准地判断用户
- 充分利用生活者 DMP，更加全面地对用户心理进行分析和洞察
- 通过连结 AudienceOne® 系统，开发潜在客户
- 和企业的个人 P-DMP 连结

(※1) 关于博报堂 DY 集团拥有的“生活者 DMP”

博报堂 DY 集团将博报堂 DY 集团独自积累的生活者数据，加上可以获得的“实时 365 日生活者信息行动和购买行动的数据”“媒介和内容等的接触、嗜好数据”，再通过“先端技术”，在计划、实施、管理上，开发作为所有营销活动基础的生活者 DMP (数据管理平台)。

通过这样的生活者数据和企业拥有的 1st Party Data 数据结合在一起，利用多元数据，可以加深对生活者的理解，及时将最适合的信息发给最适合的生活者成为可能。

例如，DAC 开发的 DMP “AudienceOne®”，根据在线行动数据，大约 1,000 种类的生活者分析数据，每月拥有超过 4.8 亿独特浏览器的 3rd Party 数据，堪称国内最大级。

和 “AudienceOne®” 数据相结合，不仅可以和性别、年龄等属性数据、根据网站的访问和位置数据来对兴趣的分析、购买数据等对生活阶段等各种生活者情况进行分析。此外，利用 AudienceOne® 也可以开发潜在的客户。

(※2) 关于 Tealium “Universal Data Hub”

Tealium 是在全球上可以和 1,000 个以上的营销工具服务连接的中立性的 Universal Data Platform。

根据标签，不只是网络信息，智能手机软件、社交网络利用信息、根据 A / B 测试对创意的嗜好、根据 CRM 的顾客接触履历、实体店的购买履历等，堪称企业数字营销课题的“复数、零碎、多点数据源”可以在云上进行整合，提供用户体验的服务。被收集来的信息作为特定个人的生活活动被实时更新，和既存的营销工具连结起来，可以对精准地每个人的营销措施进行支援。

领导世界的 750 多家公司信赖利用 Tealium。详细请参见以下 URL (<https://tealium.com/ja/>)。

(※3) 关于 TIS

TIS 除了 SI・委托开发以外，提供数据中心、云等服务型 IT 解决方案，是金融、制造、流通/服务、公共、通信等国内外 3000 多家 IT 合作伙伴。TIS 拥有独自的整合营销解决方案『TIS MARKETING CANVAS』的实际业绩，作为企业的 IT 合作伙伴，凭借常年积累的经验和 IT 技术，辅助和支持各企业数据营销措施。

(<https://www.tis.co.jp/>)

【关于本信息的咨询处】

博报堂 广报室 (koho.mail@hakuhodo.co.jp)