

2022年8月29日
株式会社博报堂
株式会社博报堂 DY Media Partners
Digital Advertising Consortium 株式会社

HAKUHODO DX_UNITED、市场营销×AI 数据科学专业团队

“Data Science Boutique” 正式成立

—— 根据企业课题提供定制 AI 数据科学, 支持营销的次世代化 ——

横跨株式会社博报堂、株式会社博报堂 DY Media Partners、Digital Advertising Consortium 株式会社（以下简称“DAC”）3 家公司的战略组织“HAKUHODO DX_UNITED”运用 AI 数据科学*成立了解决营销课题的专门团队“Data Science Boutique”（数据科学精品店）”。除了迄今为止为很多客户企业提供服务的在数据科学领域运用高度统计解析的 Marketing Mix Modeling（营销混合模型）**等方法之外，对最近需求高涨的 AI・机器学习领域进行进一步强化。

近年来，由于数字化的发展，生活者和所有的东西都可以任何时间、双向地连接起来，前所未有的生活者数据被大量积累起来。与此同时，市场营销也发生了很大的变化，通过将 AI 数据科学技术与积累的大数据相结合，能加深对生活者的心理和行动的理解，可以实现基于数理营销分析的决策、基于行动预测的措施的制定和实施等。

但是，各企业的营销课题和数据环境有很大的不同，为了实现更高级的“营销的次世代化”，理解各个企业课题和数据环境，思考最佳的 AI 数据科学是什么很重要。

迄今为止，博报堂作为营销伙伴，对众多客户企业从营销变革到实践给予了支援，积累了广泛的营销知识和经验。同时，通过雇佣有专业技能的人才，实施各种研发，以及在支援客户企业的过程中，也积累了大量的 AI、数据科学知识和经验。

博报堂力争融合“营销知识经验”×“数据科学知识经验”这两大能力，建立了名为“跨集团型专业团队“Date Science Boutique（数据科学精品店）。”

“Data Science Boutique”通过深入了解客户企业的挑战和数据环境，提供为各个企业量身打造的 AI 数据科学，支援营销的次世代化。

“Data Science Boutique” 是什么？

- 由集营销技能和 AI・数据科学技能于一身的高度专业人才构成。

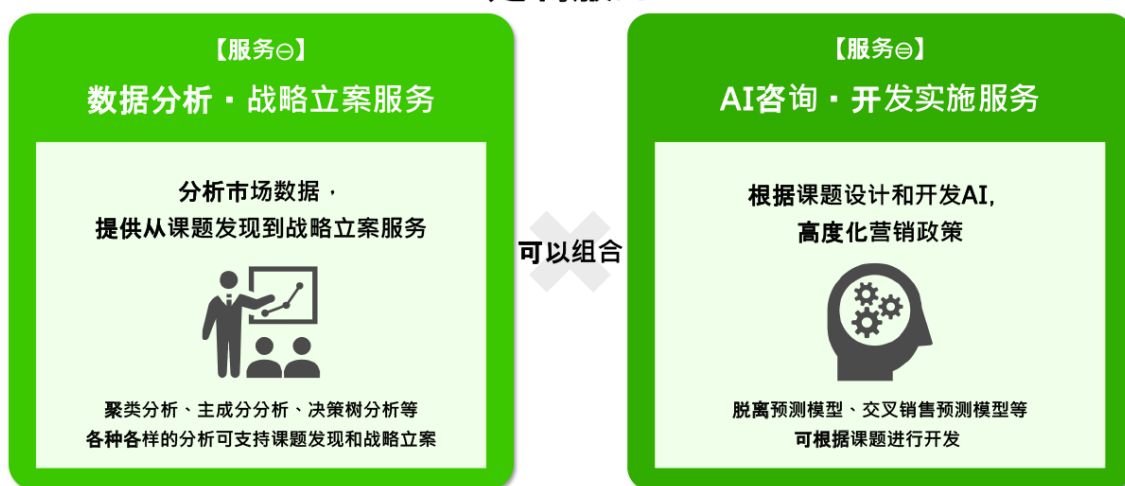
- 拥有多个专业技能的人才融为一体组成团队，提供从掌握客户企业的营销课题、数据分析、战略构筑再到 AI 模型安装、实施一条龙服务。

<提供服务示例>

“数据分析·战略合作伙伴型服务”：通过分析营销数据（客户企业的第一方数据和其他实际数据、调查数据等），找出问题，提供制定策略·KPI·监控 KPI 服务。

“AI 咨询、开发、实施型服务”：根据客户企业的课题进行 AI 设计、开发及实施。

Data Science Boutique 定制服务



另外，2022 年 8 月博报堂发布与 Laboro.AI 公司进行资本业务合作，“Data Science Boutique”也与 Laboro.AI 公司共同构筑提供服务体制和开发解决方案。和开展 AI 开发及导入、利用等与 AI 相关咨询事业的 Laboro.AI 公司合作，可以针对客户企业固有的营销课题，通过量身打造 AI 方案强化解决能力。

首先作为第一个共同项目，在通信销售型的客户企业，实施了“脱离顾客预测模型”的原型构筑和精度验证 PoC (Proof of Concept; 概念验证)。因为能用 AI (人工智能) 高精度地预测现有顾客中快要脱离的顾客，使 1to1 接近成为可能，实现比以前更高程度的顾客关系管理 (CRM)。

今后，“Data Science Boutique”将活用 AI 和数据科学，致力于对每个客户企业量身打造课题解决项目，同时依次开发独自的解决方案，不断提供推进客户企业营销次世代化的各种服务。

此外，在除了营销领域以外的客户企业价值链的各领域，导入 AI 以及实施 AI 相关咨询等，扩大服务提供领域。

■ HAKUHODO DX_UNITED 是什么？

由株式会社博报堂、株式会社博报堂 DY Media Partners、Digital Advertising Consortium 株式会社（简称 DAC）跨三家公司组成的战略组织，针对客户企业的数字转型（DX），通过营销转型和媒体转型双管齐下进行综合推进。

* AI: Artificial Intelligence 的略称，即人工智能。它包括机器学习、深度学习等基础领域，以及图像识别、语音识别、自然语言处理等应用领域。

“数据科学”：结合信息科学、统计学的方法，提取解决问题所需的知识和网站的研究领域、技术领域。

** Marketing Mix Modeling: 是一种可视化统计分析技术，掌握对事业 KPI 和 KGI 有影响的多元数据（什么、如何、多少）结构，通过模型以估计各种营销策略对销售的影响，然后预测未来策略的影响。

【关于本信息的咨询】

博报堂 广报室 (koho.mail@hakuhodo.co.jp)