



DENTSU 
avenue a | razorfish

Inventing the Digital Future

インタラクティブマーケティングの新潮流

2008/12/10

電通 アベニューA レイザーフィッシュ 紹介

dentsu

総合広告会社 単体 世界第1位



avenue a 
razorfish™

インタラクティブ広告会社 米国第1位



DIGITAL PALETTE INC.

2001年4月設立



DENTSU 
avenue a | razorfish

2007年1月資本業務提携締結

会社概要

会社情報

会社名	株式会社 電通 アベニューA レイザーフィッシュ (英文社名: Dentsu Avenue A Razorfish)
設立年月日	2001年(平成13年)4月2日
本社	東京都中央区築地5-6-10 浜離宮パークサイドプレイス
東京サテライトオフィス	東京都中央区築地5-5-12 浜離宮建設プラザ6F
関西支社	大阪府大阪市北区西天満2-6-8 堂島ビルディング7F
資本金	4億円
従業員数	195名(2008年12月1日現在)

沿革

2001年4月	(株)デジタルパレット 設立
2002年7月	プライバシーマーク 取得
2002年12月	オンデマンド印刷「D-pro」開始
2003年3月	BS7799 取得 → ISO27001へ
2004年3月	ISO14001 取得
2005年4月	(株)アール・ツー・イノベーションを吸収合併
2005年4月	関西支社 開設
2006年7月	(株)サイバー・コミュニケーションズと業務提携
2007年1月	米国Avenue A Razorfish社と資本・業務提携
2009年1月	(株)電通レイザーフィッシュへ、社名変更予定

電通グループ企業各社とのコラボレーション

dentsu

世界第5位広告グループ
世界第1位単独広告会社

dentsu

DENTSU TEC INC.

世界最大のセールスプロモーション会社

DENTSU 
avenue a | razorfish

 CYBER
COMMUNICATIONS

日本最大のインターネットメディアレップ会社

IT Solution Innovator
iSiD
株式会社 電通国際情報サービス

システムインテグレーター

アベニューA レイザーフィッシュとは

Microsoft®

Advertiser & Publisher Solutions
Platforms & Services Division

(aQuantive)

Digital Marketing Services



- メディアプランニング
- サーチエンジンマーケティング
- データ解析、最適化コンサルテーション
- インタラクティブクリエイティブ
- ウェブサイト構築
- ブランド・マーケティング戦略立案

Digital Marketing Technologies



- キャンペーンマネジメント
- 広告配信プラットフォーム
- サーチエンジンマーケティング
- 分析・最適化ツール提供

Digital Performance Media

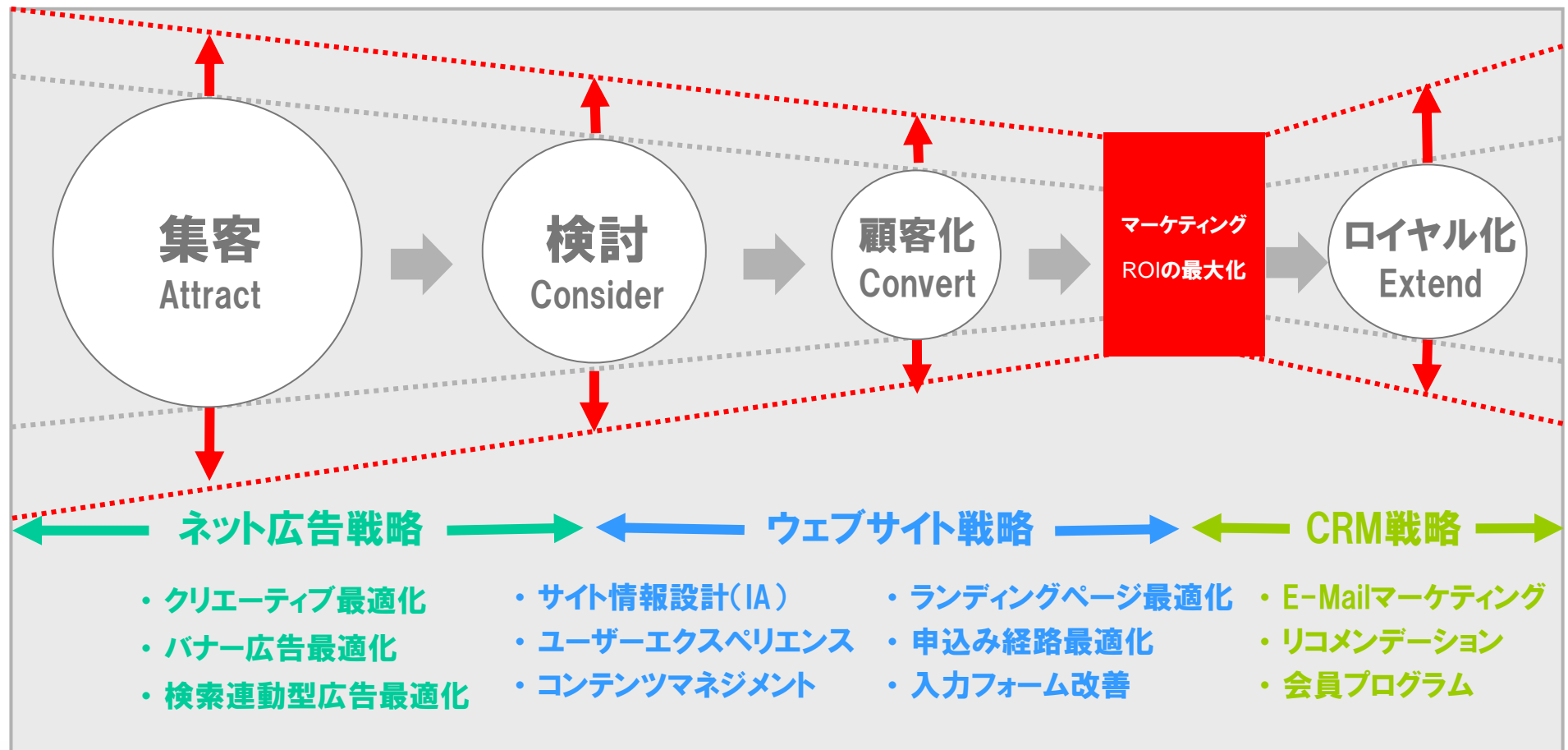


- 成果報酬型メディアソリューション
- 顧客ターゲティングソリューション

電通 アベニューA レイザーフィッシュ の サービス領域

各活動のコンバージョン・アトリビューション(コンバージョンに対する貢献度・寄与度)を測定し、顧客の一連の購買体験全体の最適化を行うことにより、コンバージョンの最大化、そして継続的な売上拡大を実現します。

Customer Journey Management Map





インタラクティブマーケティングの新潮流

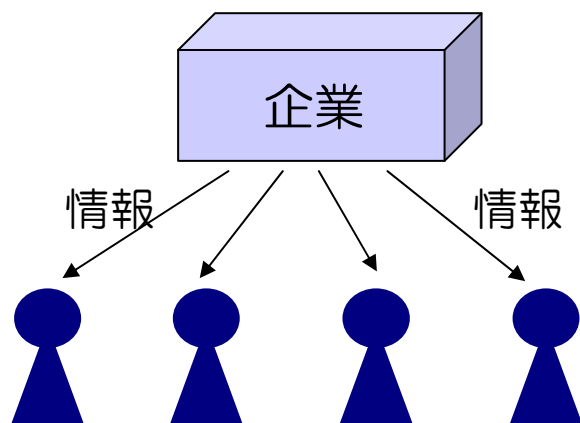
～ Web2.0が加速する中、今後の広告モデルとは？

AIDMAからAISASへ、が意味するもの

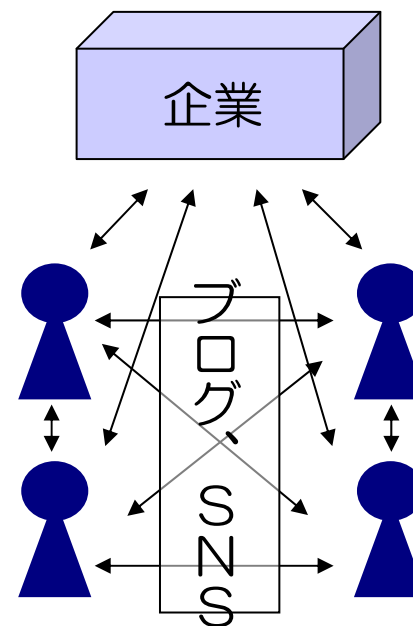


AIDMAからAISASへ、が意味するもの

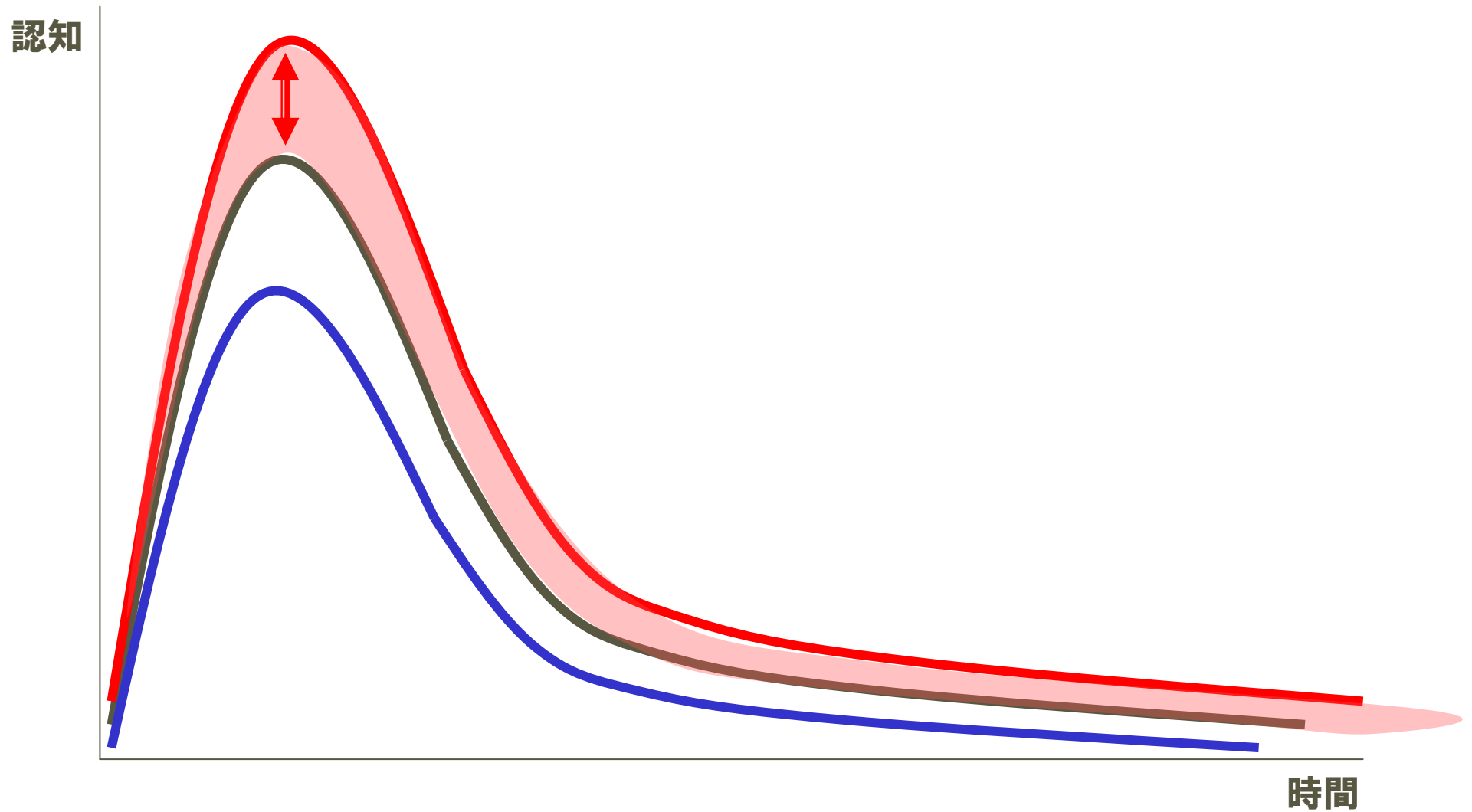
AIDMA



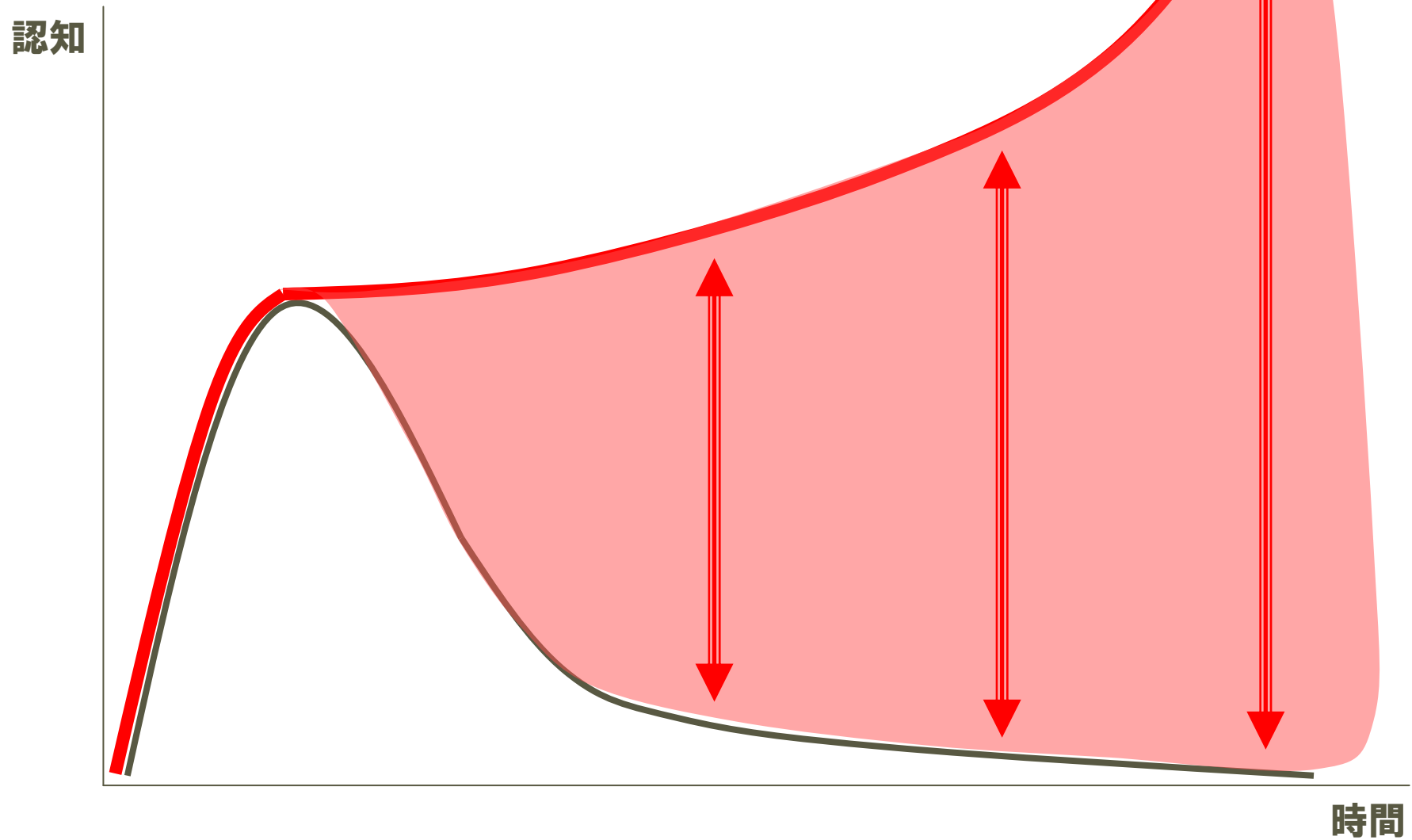
AISAS



AIDMA時代の広告効果

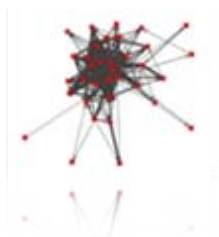


AISAS時代の広告効果

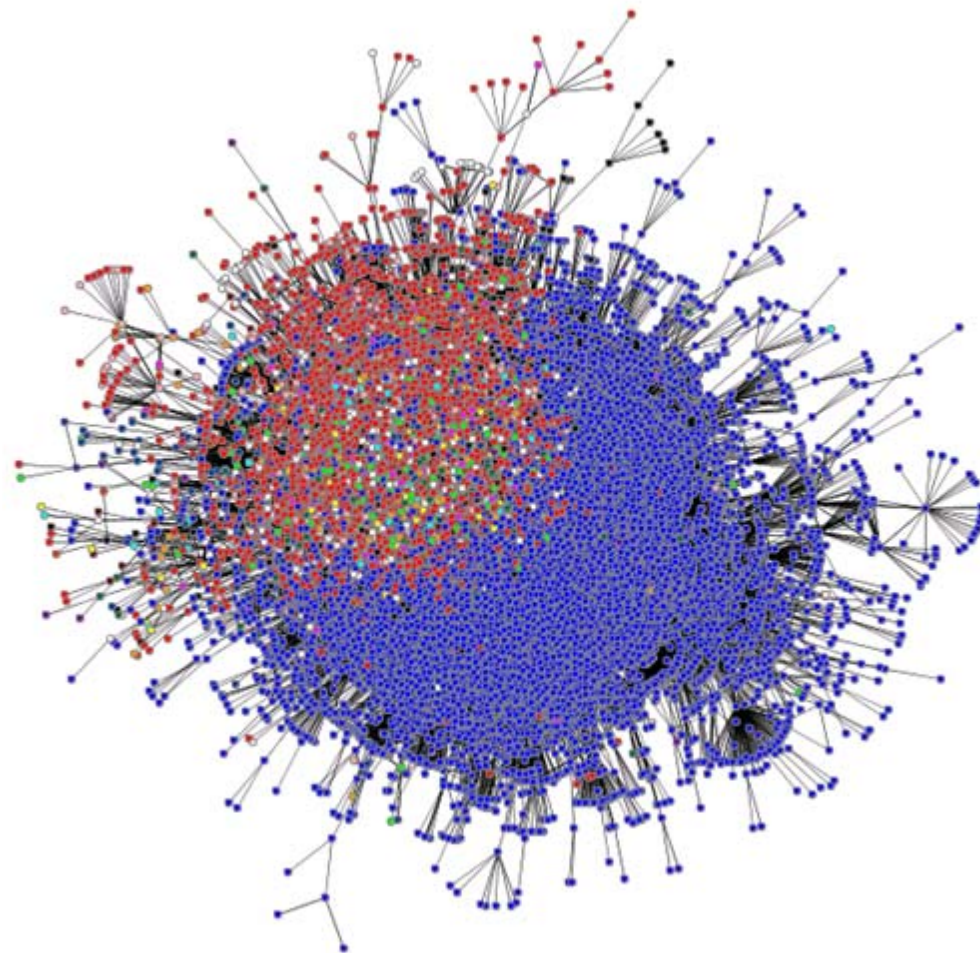


AIDMAとAISASとの広告波及力の違い

AIDMA



AISAS



つまり、AIDMAからAISASへの、意味する時代

AIDMA



Information Age
(情報時代)

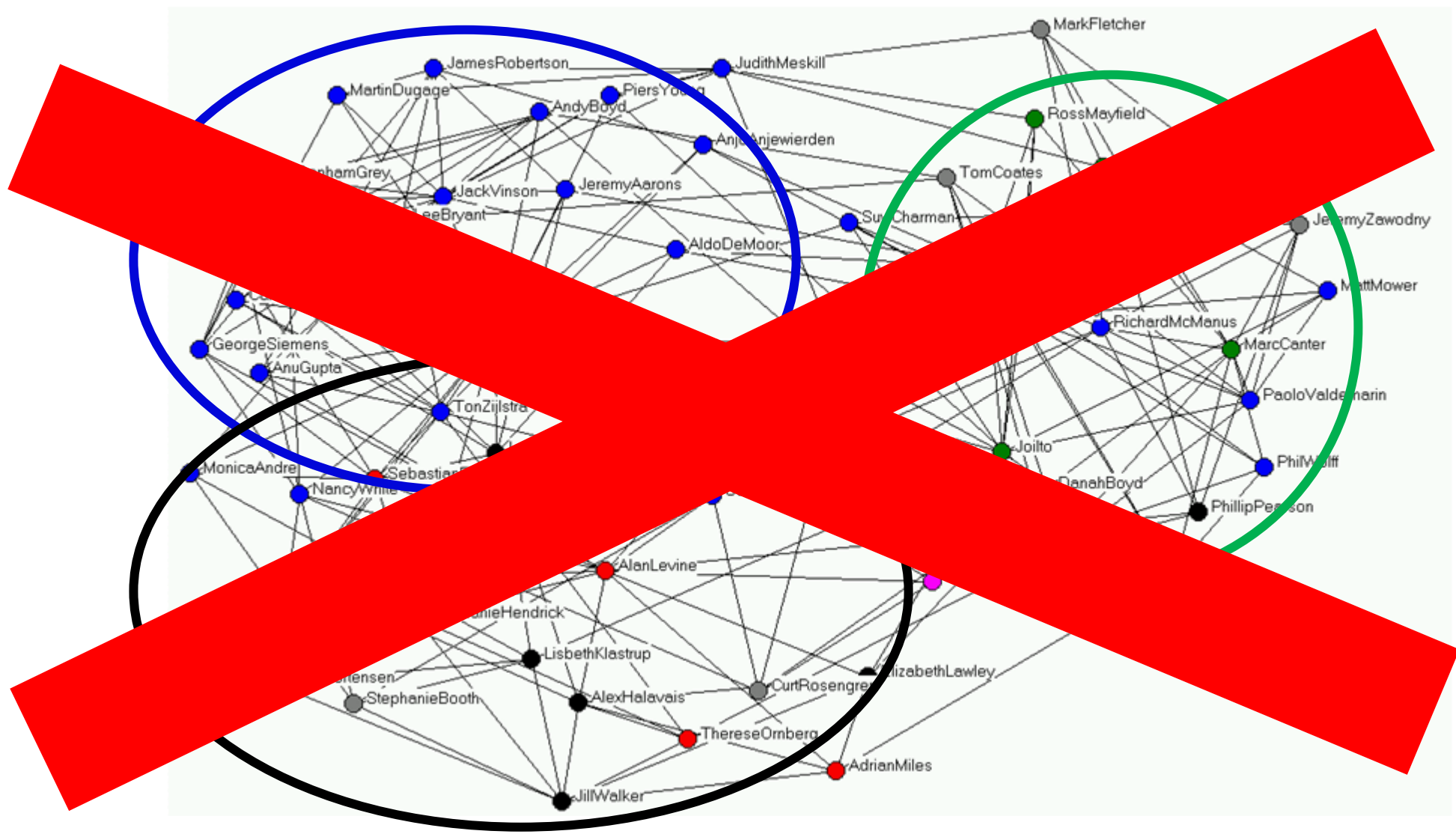
AISAS



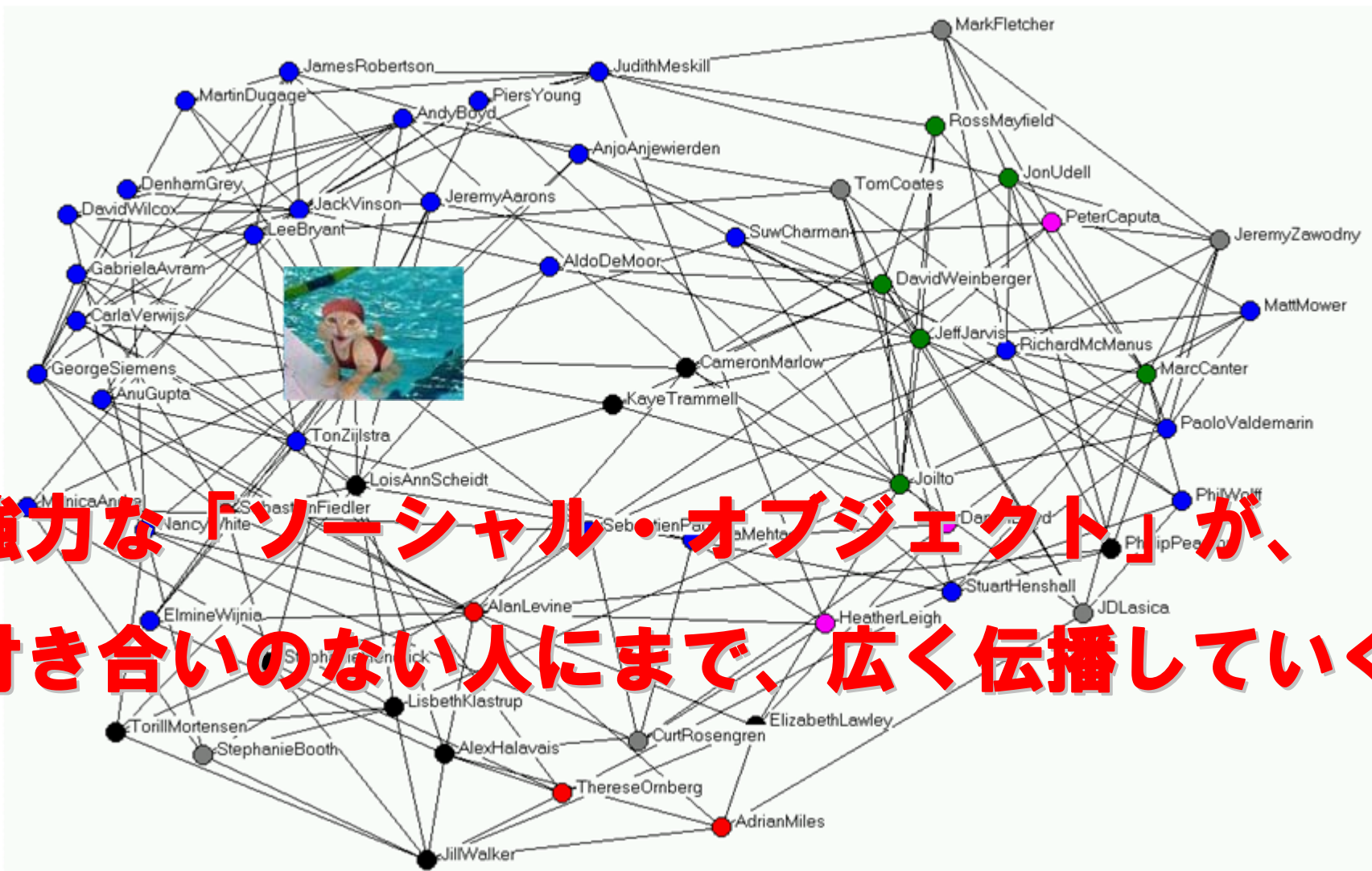
Recommendation Age
(推薦・推奨の時代)



「Recommendation Age」に相応しい広告モデル

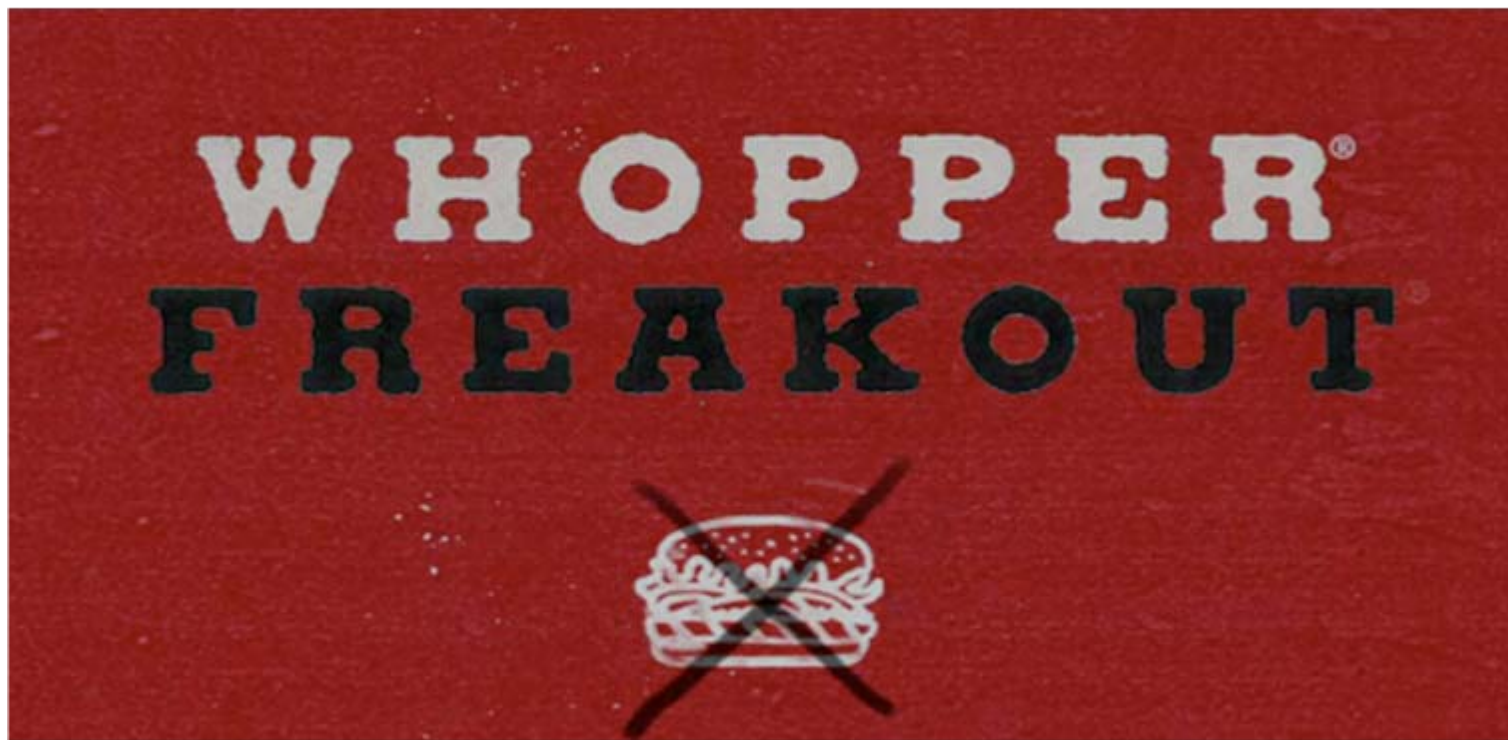


Social Object(口コミネタ)が、鍵を握る



**強力な「ソーシャル・オブジェクト」が、
通常付き合いのない人にまで、広く伝播していく。**

ケーススタディ： バーガーキング・ワッパ-50周年記念キャンペーン



<http://www.whopperfreakout.com/>

ケーススタディ2: ユニクロ Uniqlock



<http://www.uniqlo.jp/uniqlock/>

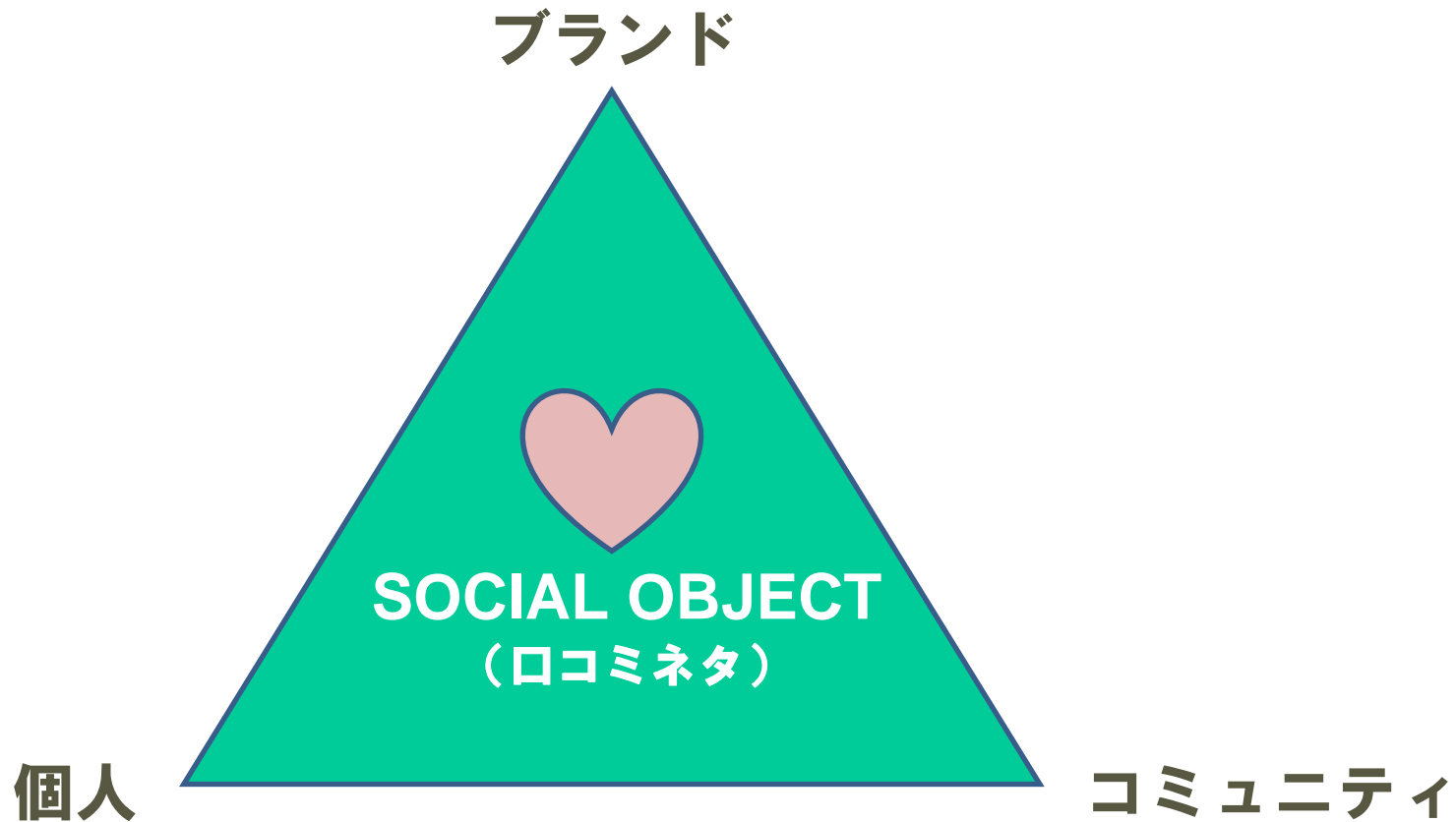
<http://www.uniqlo.com/jump/>

<http://www.uniqlo.com/try/>

<http://www.uniqlo.com/utloop/>

Web2.0時代の広告の成功モデル

Social Object Theory





Thank You

電通 アベニューA レイザーフィッシュ
渡邊竜介

DENTSU 
avenue a | razorfish