



# モダンアドバタイジング ソリューションの選択ガイド

広告エクスペリエンスの最適化によって組織の収益を増やし、リスクを低減し、コスト効率を改善



## 目次

連携 .....	3
パートナー .....	3
インテグレーション .....	3
アクションナビリティ .....	5
コラボレーション .....	5
ターゲット設定 .....	5
予算管理 .....	6
作成 .....	6
投稿 .....	7
管理 .....	7
インサイト .....	8
最適化 .....	8
レポートイング .....	8
ガバナンス .....	10
管理 .....	10



# 連携

パートナーシップとインテグレーション

## パートナーシップ

広告プラットフォームは、あらゆる最新のソーシャルネットワークと連携できる必要があります。チャンネルパートナーとの関係を構築することでコラボレーションが改善され、ビジネス要件や懸念に対処し、新機能を早期に利用することができます。自社にとって最も重要なネットワークとの関係管理プログラムについて、ベンダーだけでなく自社のソーシャルネットワークアカウントチームにも確認しましょう。

### 広告を投稿できるチャンネル

Sprinklr

その他

広告を投稿できるチャンネル	Sprinklr	その他
Facebook	✓	
Instagram	✓	
Twitter	✓	
LinkedIn	✓	
Snapchat	✓	
Verizon Media (Oath, Yahoo Gemini, Tumblr)	✓	
Pinterest	✓	
LINE	✓	

## インテグレーション

広告プラットフォームは企業で使用されるツールとシームレスに連動し、チームや部門が孤立することなく情報を共有し、コラボレーションを促進できるようにする必要があります。適切な接続によって広告プロセスを最適化しましょう。

### レポートインテグレーションの対象チャンネル

Sprinklr

その他

レポートインテグレーションの対象チャンネル	Sprinklr	その他
Google広告	✓	
Facebook	✓	
Instagram	✓	
Twitter	✓	
LinkedIn	✓	
Snapchat	✓	
Verizon Media (Oath, Yahoo Gemini, Tumblr)	✓	
Pinterest	✓	
LINE	✓	

メジャメントインテグレーションの対象チャネル \*レポートのみ

Sprinklr

その他

メジャメントインテグレーションの対象チャネル <small>*レポートのみ</small>	Sprinklr	その他
DoubleClick	✓	
Adobe Omniture	✓	
Googleアナリティクス	✓	
Adjust*	✓	
MOAT*	✓	
Kochava*	✓	
Salesforce*	✓	
AppsFlyer*	✓	
Dataflow*	✓	



# アクションナビリティ

コラボレーション、ターゲット設定、予算管理、作成、投稿、管理

## コラボレーション

社内チーム同士、および社内チームと外部エージェンシーパートナーの間の緊密な連携が必要です。広告プラットフォームは、メールでのやり取りを最小限に抑えてチーム間のシームレスな連携を実現するコラボレーションツールを備えている必要があります。

### 提供されるコラボレーションツールの機能

	Sprinklr	その他
ユーザーグループの定義（管理者、エージェンシー承認者、広告運用担当者など）	✓	
広告アセットの1つのリポジトリへの集約	✓	
ユーザー間の内部コラボレーション（1つの企業またはエージェンシー内で行われる）	✓	
ユーザー間の外部コラボレーション（企業とエージェンシーの間で行われる）	✓	
キャンペーン作成での承認の実行	✓	
クリエイティブ承認の実行	✓	

## ターゲット設定

広告プラットフォームは、潜在顧客に対して最も関連性の高い広告を配信できる必要があります。人は自分に関連性の低い広告には反応しないことがデータで示されているため、広告の効果を最も高めるターゲットセグメントを作成できるベンダーを選びましょう。

### 提供される機能

	Sprinklr	その他
全ソーシャルチャネルのファーストパーティオーディエンスのアクティブ化	✓	
CRMデータへの接続	✓	
リードとその属性のリアルタイム同期	✓	

### 可能なデータ取得処理

	Sprinklr	その他
オーディエンスを作成するための2クリックでのオフラインデータ取得	✓	
外部Webhookを使用したリアルタイムのデータ取得	✓	
FTPまたはAmazon S3を使用した反復データのワンタイム設定	✓	

### 可能な作成処理

	Sprinklr	その他
複数のユーザー行動と属性を組み合わせた戦略的セグメントの作成	✓	
ローリング期間を使用したダイナミックセグメントの作成	✓	
自社と競合相手のTwitterフォロワーオーディエンスの作成	✓	



自社と競合相手のTwitterエンゲージメントオーディエンスの作成	✓	
過去5年間の履歴データに基づくTwitterソーシャルオーディエンスの作成	✓	
ネストやロジックによって取得されたユーザーのインテントに基づくTwitterソーシャルオーディエンスの作成	✓	
ユーザープロフィールと、AIによって強化された職業、組織、趣味・関心の属性に基づくTwitterのペルソナベースセグメントの作成	✓	
LinkedIn調査オーディエンスの作成	✓	

### 提供される機能

Sprinklr

その他

PIIのハッシュ化と暗号化（対称方式（AES）と非対称方式（PGP））による顧客データの2段階セキュリティの提供	✓	
GDPRコンプライアンスのサポート	✓	
登録解除やオプトアウトに基づくカスタムオーディエンスの更新	✓	

## 予算管理

効果のない広告やオーディエンスセグメントのために、広告予算を浪費しないようにしましょう。広告プラットフォームは、ソーシャルチャネルの枠を超えて予算を完全に管理し、広告費の費用対効果を最大限に高めることができる必要があります。

### 提供される機能

Sprinklr

その他

機械学習のインサイトに応じた予算の動的な最適化	✓	
組織固有のカスタム最適化目標の設定	✓	
チャネル別の予算配分の決定	✓	
期間別の予算配分の決定	✓	
承認予定の予算配分に基づくキャンペーンのガバナンス	✓	
消化額を透明化するペーシングダッシュボード	✓	
ダークポストコメントに基づく広告戦略の調整（関連性の低いスコアの使用回避）	✓	

## 作成

広告は、手動タスクを繰り返すことなく円滑に作成できる必要があります。広告クリエイティブを保存し、複数の広告を1つのワークフローで作成し、キャンペーンの命名を自動化することができるソリューションを選びましょう。

### 提供される機能

Sprinklr

その他

複数の広告クリエイティブと広告フォーマットを保存できるコンテンツライブラリ	✓	
ターゲット設定やユーザー入力フィールドに基づく自動命名規則	✓	
キャンペーン作成での命名規則の適用	✓	
複数のソーシャルネットワークにまたがるキャンペーンの作成	✓	



1つの広告ユニットの複数のキャンペーンでの使用	✓	
1つのワークフローにおけるキャンペーン別の複数の広告ユニット作成	✓	
広告クリエイティブワークフローや広告クリエイティブプロセスの管理	✓	
複数のクリエイティブ要素からのバリエーションの動的作成	✓	

## 投稿

企業は、コンテンツが適切なオーディエンスに表示され、成果につながるよう支援する投稿ツールを必要としています。投稿ツールは、広告をダークポストとして投稿したり、オーガニックコンテンツの宣伝プロセスをパフォーマンスに基づいて自動化したりできる柔軟性を備えている必要があります。

### 提供される機能

Sprinklr

その他

企業のオーガニックアカウントに表示されない広告の投稿（ダークポスト）	✓	
オーガニックKPIに基づくコンテンツの自動宣伝	✓	

## 管理

キャンペーンマネジメントでは広告の詳細な管理が必要ですが、これには手動のプロセスも含まれる場合があります。広告プラットフォームは、入札額の変更や広告の一時停止などの時間のかかるタスクを自動化することで、キャンペーンの管理に要する時間を短縮できる必要があります。

### 実行できる処理

Sprinklr

その他

危機的状況が発生した場合における広告の一時停止	✓	
事前設定済みのビジネスルールに基づく広告の自動開始または停止	✓	
事前設定済みのパフォーマンスメトリクスに基づく広告の自動開始または停止	✓	
マクロによるクリエイティブプロパティの自動更新	✓	
すべてのチャンネル、ブランド、アカウントのキャンペーンの表示	✓	
1つのカレンダーでのキャンペーンの中止、日程変更、編集	✓	
フィルターの組み合わせによる特定の条件を満たすキャンペーンの表示	✓	
任意のKPIに基づく自動入札	✓	
機械学習のインサイトに応じた入札の動的な最適化	✓	
機械学習のインサイトに応じた予算の動的な最適化	✓	
クリエイティブローテーションの使用	✓	



# インサイト

## 最適化とレポートニング

### 最適化

広告キャンペーンの成功は、適切なビジネス目的の設定と、パフォーマンスに基づく広告の最適化にかかっています。最適化に関する意思決定を行う高度なAIにより、広告予算を最適化できるソリューションが必要です。

提供される機能	Sprinklr	その他
高度な独自のAIを使用した最適化に関する意思決定の自動化	✓	
自動最適化によって見込まれるパフォーマンス改善の表示	✓	
ユーザー定義ルールを活用して精度の高い最適化条件およびアクションを定義するオプション	✓	
広告コメントのセンチメントに基づく最適化	✓	
カスタムメトリクスでの最適化	✓	
サードパーティメトリクスでの最適化（Googleアナリティクス、Adobe Analytics、DCMなど）	✓	
1つのチャンネル内でのキャンペーン横断型の自動最適化	✓	
オーディエンスおよび広告セット間の自動最適化	✓	
パフォーマンスの効率性と有効性を最大化する動的な予算配分	✓	
広告主によるカスタムKPIパフォーマンスメトリクスに基づく入札の自動調整	✓	
クリエイティブの自動更新による選択したKPIのパフォーマンス最適化	✓	
広告主によるパフォーマンスレポート内からの最適化アクションの直接実行	✓	
広告主によるKPI固有マネジメントビューの作成と1つの統合ビュー内でのレポートニングと最適化の実行	✓	
アセットパフォーマンスに関するデータの提供	✓	

### レポートニング

広告キャンペーンのパフォーマンスを測定する適切なツールを使用することで、企業はデータに基づく意思決定とリアルタイムの最適化を実行できます。広告プラットフォームでは、チームに最新情報を容易に提供するための適切なデータを利用できる必要があります。

レポートニングの機能	Sprinklr	その他
標準ダッシュボード	✓	
カスタマイズ可能なダッシュボード	✓	





プラットフォームに登録されていないユーザーへのエクスポートの予約	✓	
エクスポートの形式設定 (Excel、PDF、PNG、PPT)	✓	
設定済みのスケジュールに基づく自動エクスポート	✓	
ペイドデータ、オウンドデータ、アードデータを統合するダッシュボード	✓	

**実行できる処理****Sprinklr****その他**

外部のシステム、プラットフォーム、ツールからのオーディエンスデータのアップロード	✓	
非API統合ソースからのデータのアップロード	✓	

**選択できるレポートの表示形式****Sprinklr****その他**

Excel	✓	
縦棒グラフ	✓	
横棒グラフ	✓	
円グラフ	✓	
積み上げ縦棒グラフ	✓	
積み上げ横棒グラフ	✓	
折れ線グラフ	✓	
曲線グラフ	✓	
面グラフ	✓	
曲線面グラフ	✓	
バブルグラフ	✓	
2軸グラフ	✓	
複合グラフ (横棒グラフと折れ線グラフ)	✓	
テーブル	✓	
カウンター	✓	
ファネル	✓	
サマリーテーブル	✓	
投稿カード	✓	
テキスト	✓	
タイトル	✓	



# ガバナンス

管理と保存

## 管理

あらゆる規模のすべてのチームが、プラットフォーム全体でガバナンスと許可を管理し、ソーシャルチャネルでブランドイメージを体現する機能を必要としています。ブランドと広告アカウントを適切に管理しながら、チームが有効に機能するために必要なアカウント、機能、コンテンツへのアクセスを許可する必要があります。

### 提供される機能

	Sprinklr	その他
チームに対する特定のクリエイティブマテリアルの共有範囲管理	✓	
ユーザーレベルの許可の設定	✓	
キャンペーン作成での承認の実行	✓	
クリエイティブ承認の実行	✓	
ユーザーレベルの役割と許可	✓	
ユーザーグループレベルの役割と許可	✓	
グローバルレベルの役割と許可	✓	