

会 社 名 株 式 会 社 ピ ア ラ
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 飛 鳥 貴 雄
(コード番号：7044 東証プライム)
問 合 せ 先 執 行 役 員 管 理 本 部 長 梅 本 浩 平
(TEL 03-6362-6831)

【数値化しにくい間接効果にも注目】

マーケティング活動の真の効果と売上貢献度を可視化

「PIALA Intelligence」の提供開始で通販 DX を加速

ヘルスケア、ビューティ、食品領域を中心に、様々な業界の企業に対しブランディングから LTV 向上までの ALL データを一元管理し、通販 DX サービス（マーケティング DX）を展開する株式会社ピアラ（本社：東京都渋谷区、代表：飛鳥貴雄）は、効果を数値化しにくいトップファンネルやミドルファンネルの効果測定を可能にしたツール「PIALA Intelligence」を開発し、有料版を来年1月からテスト的に提供を開始しますことをお知らせします。



PIALA INTELLIGENCE

■ 開発の背景

昨今はテクノロジーの進化によって、様々な環境が複雑さを増して効果の予測が困難な状況にあることから VUCA（ブーカ）時代と呼ばれ、マーケティング市場にもこの状況が当てはまります。

実際、世の中には多数の商品やサービスで溢れており、その中からユーザーが選択し、購入や導入に至るまでの時間は以前に増して長くなったことで、企業が即座に売上効果を感じにくい、シビアな状況へと変化しています。

つまり、売上以外に関連する指標にもこれまで以上に目を向け、多様な観点でビジネスの全体像を捉えることで、中長期的な目線でマーケティング活動を行っていく必要があります。

しかしながら、売上以外の指標は可視化することが難しいことから、このような認識が浸透しにくいという課題がありました。

当社は、このような課題を解決するために「PIALA Intelligence」を開発し、今まで測定することが難しかった間接効果の分析を可能とする分析環境の提供を実現します。

短期間の実施で思うような効果が得られなかった、データが散乱し分析も統合も進まなかったなどの理由から、本来に効果のある施策だったのか曖昧なままにしている企業は多く存在しています。当社は、「PIALA Intelligence」により、マーケティング活動の真の効果を可視化することで、拡大のチャンス逃していた企業の可能性を広げ、成功に導くことができると考えています。

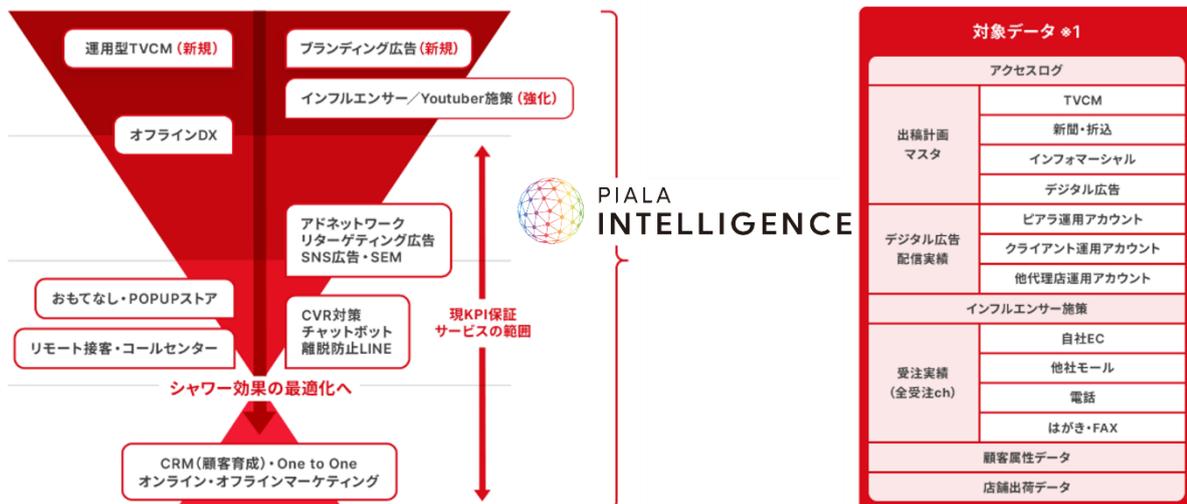
■ PIALA Intelligence とは

「PIALA Intelligence」は、数値化しにくいトップファンネルや、ミドルファンネルのマーケティング施策の直接的な効果を測定できます。これらに加えて、取り組みを行ったことで変化しプラスに働いた間接的な効果や、施策後の売上への影響といった間接的なデータも合わせて、施策のより深い部分を可視化できるツールです。当社に POS データを含めた様々なデータをそのまま預けるだけで、「PIALA Intelligence」の管理画面であらゆるデータの分析・一元化が可能になります。

この度、有料での提供を開始する「PIALA Intelligence」は、当社の独自 MA ツール「RESULT MASTER」の分析機能のみを切り離し、リニューアルしたものです。



データを一元管理・LTVの向上



実際に、CM 放映を行う場合を例にあげると、放映期間中の店舗やウェブの売上といった直接的な効果だけでなく、休眠顧客復活への貢献度や、サイト流入の増減、オーガニック検索の増減、公式 SNS アカウントのフォロワー数やエンゲージメント率の増減といった間接的な効果についても計測することができます。さらには、キャンペーンごとの、エリア別・クリエイティブ別・媒体別の施策の効果といったデータも抽出が可能で、放映していない期間のデータと比較することができます。施策がビジネス全体に及ぼす影響をシングルビューで可視化します。

当社は直接・間接を問わず、施策に関する効果の全てのデータを施策実施期間の前後で比較することで、次の効果的な一手を提案し、最適なマーケティング活動を行っていきます。

分析メニューと今後の展開

■売上分析

自社EC/他社モール/実店舗売上など
各売上との相関関係

■顧客分析

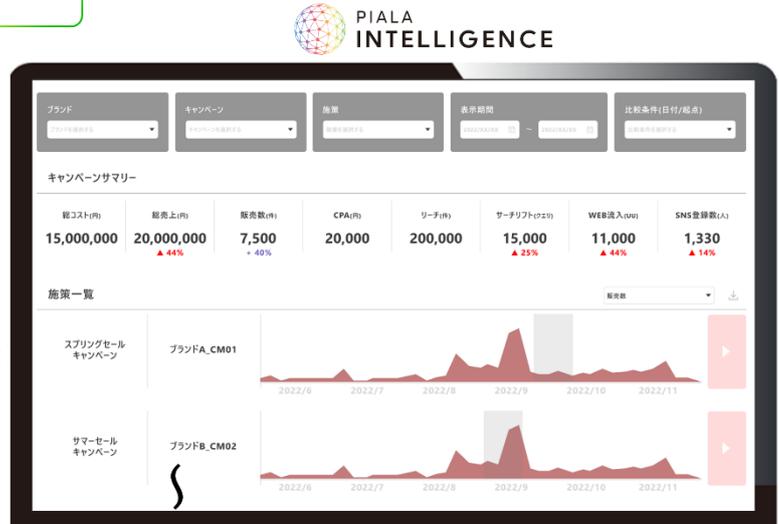
新規顧客率/休眠復活への寄与度

■ソーシャル分析

自社アカウントのフォロワー数/友だち登録数
との相関関係

■サーチリフト分析

指名KW/一般KWの検索クエリトレンド
との相関関係



追加予定の分析メニュー

- ◆ 関連ハッシュタグのトレンド関連分析
- ◆ TVCM/ミドル施策の間接売上を加味したROIの算出

今後の展開

1月からテスト的に導入開始、
来年度中に本格的にサービスイン

テスト提供開始後の第2弾として、関連ハッシュタグのトレンド相関分析やTVCM/ミドル施策の間接売上も加味したROIの算出といった分析環境の機能アップデートも順次対応してまいります。

まずは、テスト導入を希望される企業向けに、期間限定でトライアルプラン(10万円～)もご用意いたします。テスト導入数を増やしていくことで、適宜ツールのブラッシュアップを行ってまいります。

今後は、SaaSツールとしての販売を目標とし、本格的にサービスインすることで、様々な企業の分析を担えるよう努めてまいります。

【導入を希望する場合は、こちらのフォームからお気軽にお問い合わせください】

<https://www.piala.co.jp/contact/marketing>

担当者：中原

【会社概要 株式会社ピアラ】

商号：株式会社ピアラ
代表者：代表取締役社長 飛鳥 貴雄
所在地：〒150-6013 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー 13階
設立：2004年3月
事業内容：1. ECマーケティングテック事業 2. 広告マーケティング事業
資本金：850百万円(2022年9月末)
証券コード：東京証券取引所プライム市場(証券コード：7044)

関 連 会 社 : 比智（杭州）商貿有限公司、PIATEC（Thailand）Co., Ltd.、
株式会社 PIALab.、台灣比智商貿股份有限公司、
CHANNEL J（THAILAND）Co., Ltd.、PG-Trading（Vietnam）Co., Ltd.
株式会社ピアベンチャーズ、株式会社 P2C

URL : <https://www.piala.co.jp/>