

AL

データプライバシー を尊重したキャンペーンを LiveRampで実現！



規制や市場が変わる中、企業が抱える2大課題



プライバシー規制対応

個人情報保護法の改正に加え、インターネット利用者の情報を保護するための規制が盛り込まれた、改正電気通信事業法も可決。政府も個人も今まで以上に敏感になっている。



顧客ロイヤルティ向上

パーソナライゼーションやレコメンデーションが当たり前になった昨今、顧客は以前にも増して様々なチャネルをまたいで、本当に欲しい情報のみを求める。

課題解決で注目すべきは「顧客ID」！

ファーストパーティデータのプライバシー保護も
キャンペーン効果も最大化

ビジネスにも効くプライバシー重視「IDソリューション」の効果



個人を特定できない
固有IDへ変換し、
プライバシーを保護



よりパーソナライズされた
顧客体験を提供



データインサイトから
キャンペーン成果を
最適化



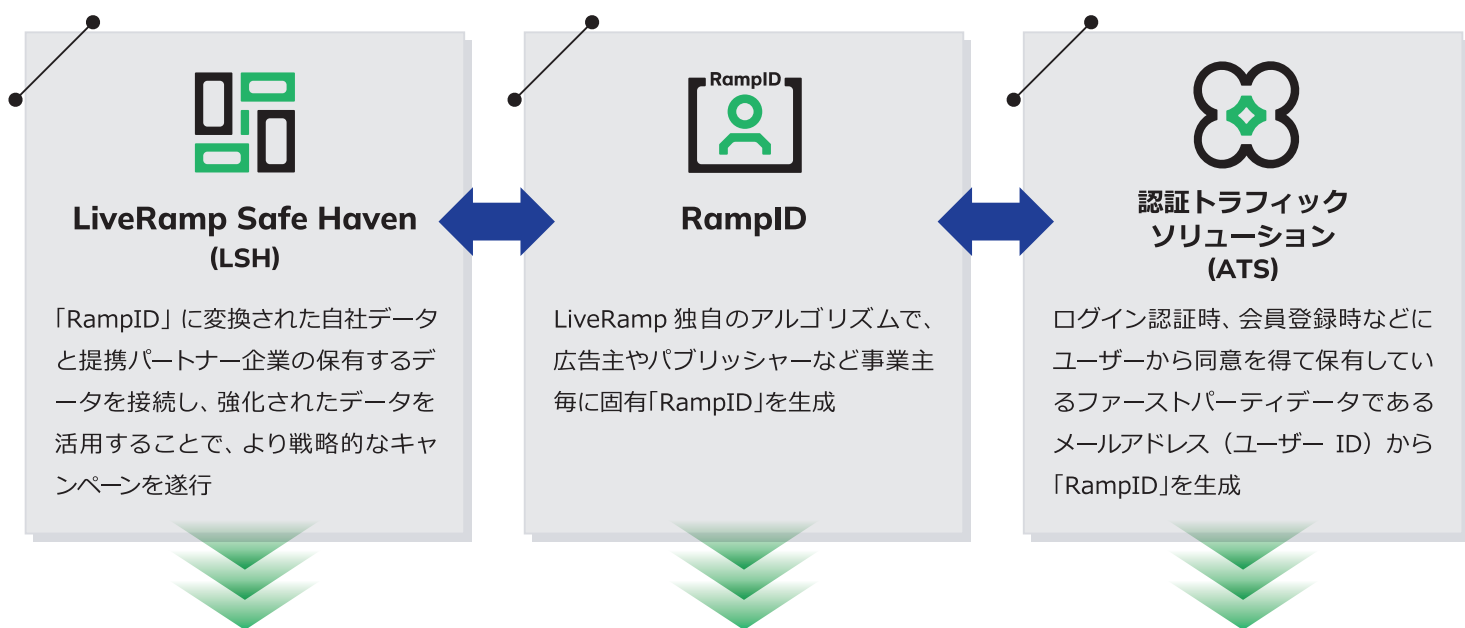
顧客行動をキャンペーン
に結びつけ、ROIを最大化

データプライバシーと 自社保有データ

昨今、「データプライバシー」の対策は、あらゆる企業、特に ID や個人情報を取り扱う企業では、ガバナンスの1つとして喫緊に求められています。これは日本だけの動きではなく、世界の流れであり、世界各国で規制が進んでいます。広告主、パブリッシャー、広告代理店、テクノロジープロバイダーといった企業を問わず、直に対策を取る必要があります。

一方、顧客はより自分に合った情報を求めています。そのため、企業の収益向上のカギは、自社保有データを有効に活用し、顧客のプライバシーの保護とより良い顧客体験の提供を両立させた新しいマーケティング戦略を実現することです。特に小売企業の「リテールメディア」はこの戦略を実現出来る新しいビジネスモデルとして大きな注目を集めています。

プライバシーを守り、キャンペーン効果を最大化するLiveRampの仕組み



- 自社のデータ資産最大有効活用
- パートナー提携
- エコシステム構築
- 比類の無いインサイト
- 顧客体験の変革
- LTV 最大化

ユーザーが同じメールアドレスまたは携帯番号を登録していても、事業主毎に固有の RampID を作成。共通 ID ではありません。

Web、アプリ、CTVといった、所有するすべてのデバイス、プロパティに対応し、オムニチャネルな ID として確立します。

LiveRampでファーストパーティデータを強化、成長しているお客様



COSTCO



Walmart



DANONE



お問い合わせ： **LiveRamp Japan株式会社** <https://liveramp.co.jp/>

〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-10-5 WeWork KDX 虎ノ門一丁目11F

※このカタログに記載された情報は、2023年2月現在のものです。内容は予告なしに変更することがあります。
カタログ番号:LR003-202302-01

/LiveRamp