

# Free Now、ロンドンで タクシー配車アプリの 認知度アップを実現

## ケーススタディ

### クライアント

Free Now

### エージェンシー

The7Stars

### メソッド

DOOH (デジタル屋外広告)・  
カスタムソリューション



## 競争の激しい市場で認知度を向上

比較的新しいタクシー配車サービスプロバイダであるFree Nowは、ロンドンの地下鉄利用者間で認知度向上を目指していました。

Free Nowとその広告会社のThe7StarsはDOOH (デジタル屋外広告) キャンペーンを展開し、ロンドンの地下鉄利用者がタクシーを最も必要としている時にブランドメッセージを届けることを決定。The Trade Deskと連携し、どのデータトリガーを用いれば最適なタイミングでオーディエンスにリーチし、メディア投資の効果最大化できるかを検討しました。

## ダイヤが乱れた時にオーディエンスにリーチ

The7Starsは、人々がタクシーを最も必要とする時はいつかを調査。その結果、地下鉄の遅延時と運休時が、通勤者にとって代わりの移動手段が最も必要になる時であることが分かりました。

The7Starsが地下鉄の運行状況について最もタイムリーかつ適切な最新情報を得るには、自動化ソリューションが必要でした。同社はThe Trade Deskのカスタムソリューションチームと協働し、遅延・運休、影響を受ける駅に関する情報をロンドン交通局 (TFL) から直接、自動的に入手するシステムを構築しました。

チームは次に、ロンドンの各地下鉄路線の駅内外にあるスクリーンをターゲットとしたプライベートマーケットプレイス (PMP) ディールとDOOHインベントリをThe Trade Deskのプラットフォームに作成。TFLからの最新情報を取り込み、ダイヤが乱れた路線に対して自動的にPMPディールをアクティベートし、さらに15分おきにターゲティングを更新して、レリバンシー (関連性) の維持と効率性の向上を図りました。

## 革新的な戦略で広告キャンペーンを成功に導く

ダイヤの乱れが生じている地下鉄のプラットフォームでブランドを宣伝することで、Free Nowは通勤者がタクシーを最も必要としている時にユーザーにリーチできるようになりました。調査会社YouGovのブランド調査によれば、今回のキャンペーンを通じてFree Nowのブランド認知度は31%アップしました。

今回の好結果を得て、The7Starsは今後のキャンペーンでも同様のソリューションを活用予定です。

## 成果



**31%**

ブランド認知度アップ