

顧客の将来行動を文脈に沿って予測し、販売促進広告の費用対効果を高めます 大規模行動モデルのマーケティングへの活用

背景 – 技術課題

マーケティングをはじめとするさまざまな事業領域で高精度な将来予測のニーズが高まっています。将来予測に基づいた的確な意思決定は、事業の成否を左右する重要な要素となっています。しかし、数値データとカテゴリカルデータが混在し、欠損や偏りを含む時系列データでは、従来は高精度な予測が困難でした。



研究目標 – 成果

時系列データから高精度な将来予測を実現し、マーケティングをはじめとするさまざまな分野における意思決定の質の向上に貢献します。

技術ポイント

01 要素技術

- 非言語データを扱う生成AIで顧客の将来行動を予測
- 数値データとカテゴリカルデータが混在し、欠損や偏りを含む時系列データに対応
- 大規模な顧客基盤データで効果を確認

02 市中技術差異点

- Transformerを用いた従来技術と比べ、時間や属性情報の埋め込み表現、偏りや欠損へのロバスト性で優れる
- 商用の販促施策にて、広告配信の開封率やクリック率の向上を確認

利用シーン 小売

R&Dフェーズ ビジネス展開

【出展企業】
NTT株式会社 コンピュータ&データサイエンス研究所

【問い合わせ先】
スマートデータサイエンス研究プロジェクト

【共同出展社/社外連携先】
株式会社NTTドコモ

【関連Link】
<https://youtu.be/LOsWnJb-STg>