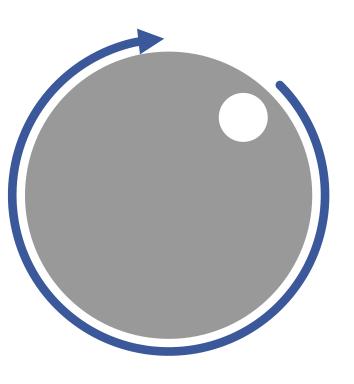


# 購買行動と情報行動の循環が創出する 消費者と企業の新しい関係

2014年11月20日

株式会社 インテージ MCA事業本部 クロスメディア情報開発部 親身手際サポートチーム 田中宏昌

- ・環境変化とその対応
- ・求められる情報の変化
- ・インテージの統合ソリューション事例
- •その先のお話



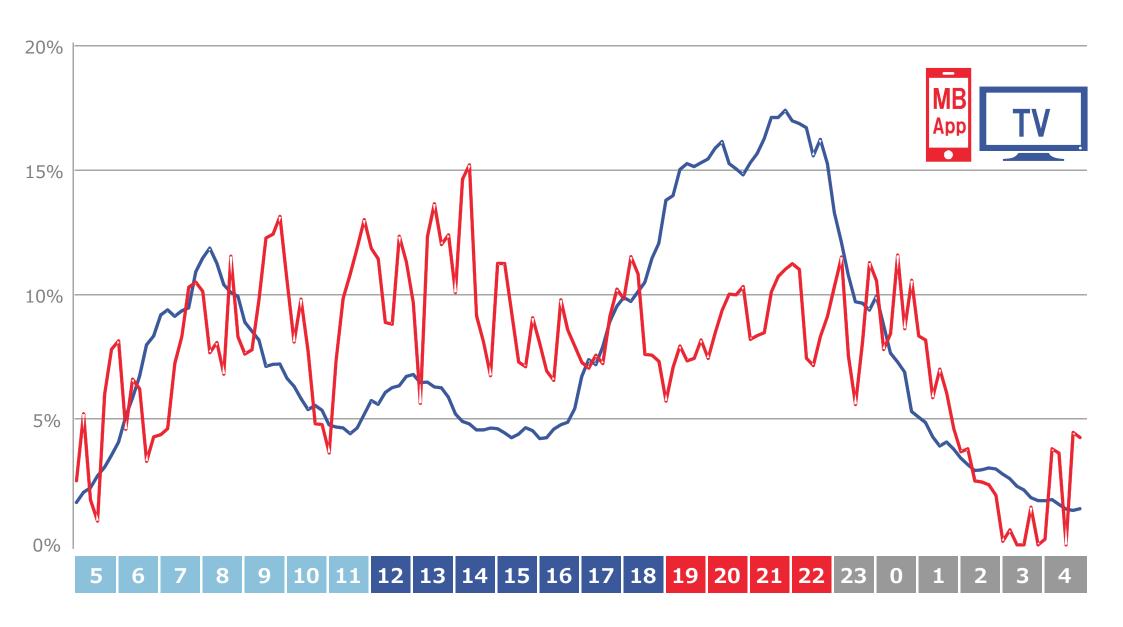
# 環境変化とその対応

### 生活者の情報行動の変化

# 生活者 = 'メディア'

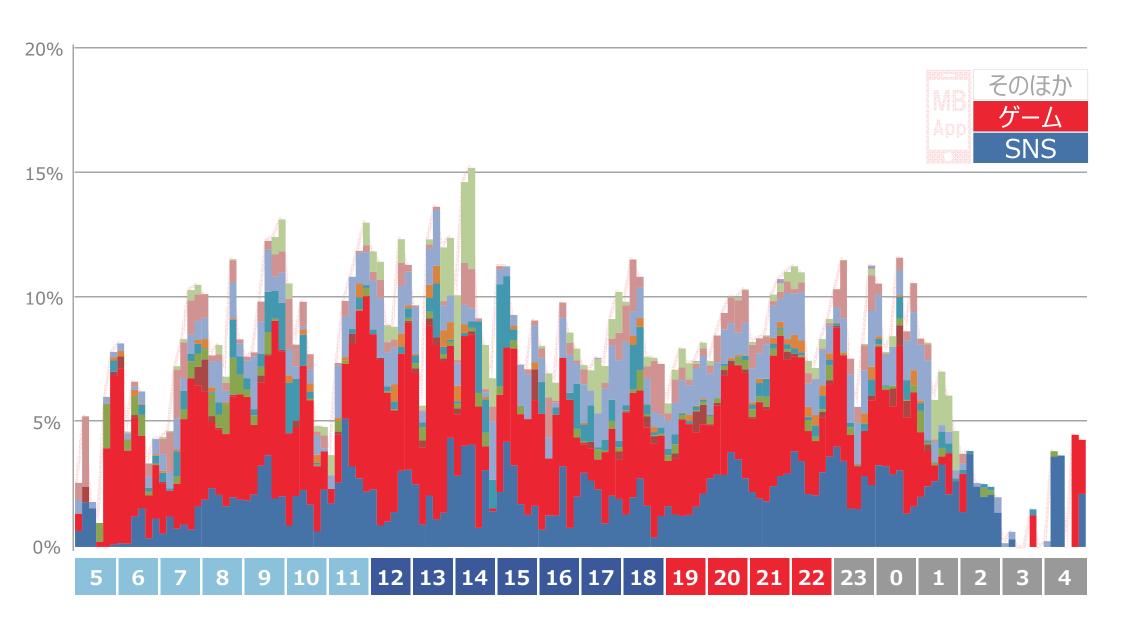


### 拡散する生活者の注意





### 拡散する生活者の注意





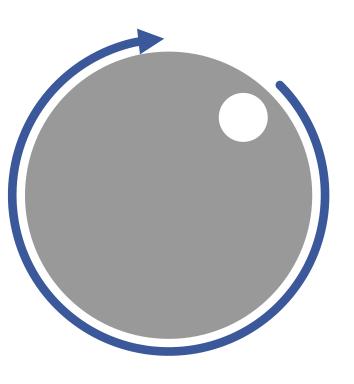
### マーケティングデータの変化





### マーケティングデータの変化

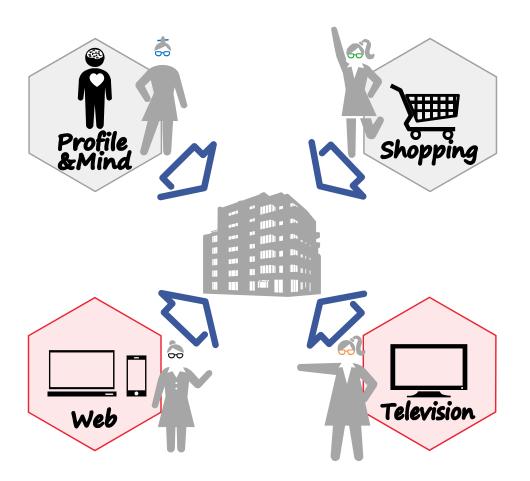




# 求められる情報の変化

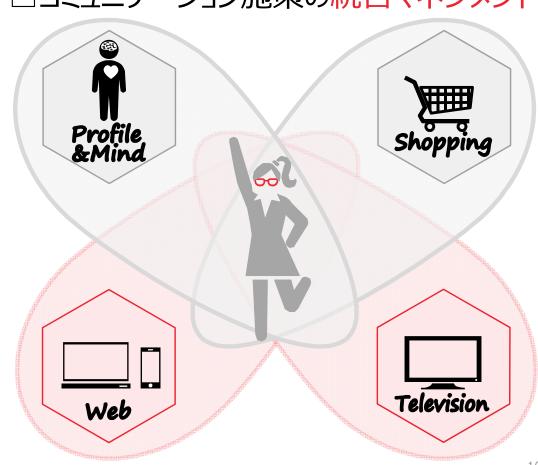
#### これまで

- □複数のデータソースそれぞれの分析
- □データフュージョンによる擬似結合
- □異なる部署間での企画・計測・評価



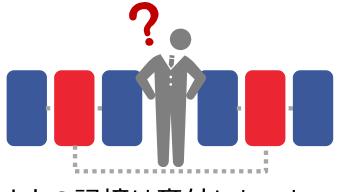
#### これから

- □同一個人でクロスメディア接触を検証
- □広告接触と心理・態度変容の相関を シングルソースで検証
- □コミュニケーション施策の統合マネジメント



#### これまで

#### □アンケート形式=記憶と自己申告



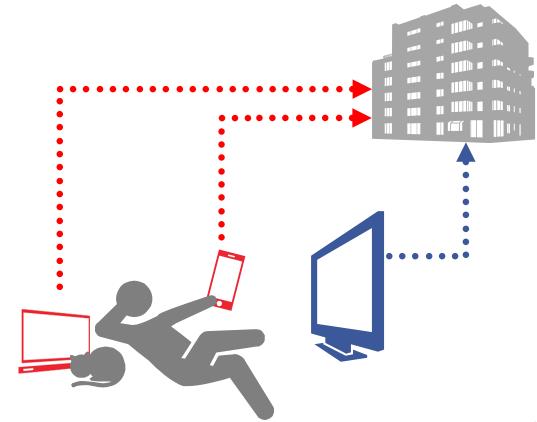
ヒトの記憶は意外にあいまい



アンケートは対象者の負荷も大きく バイアスも考慮すると時系列比較に適さない

#### これから

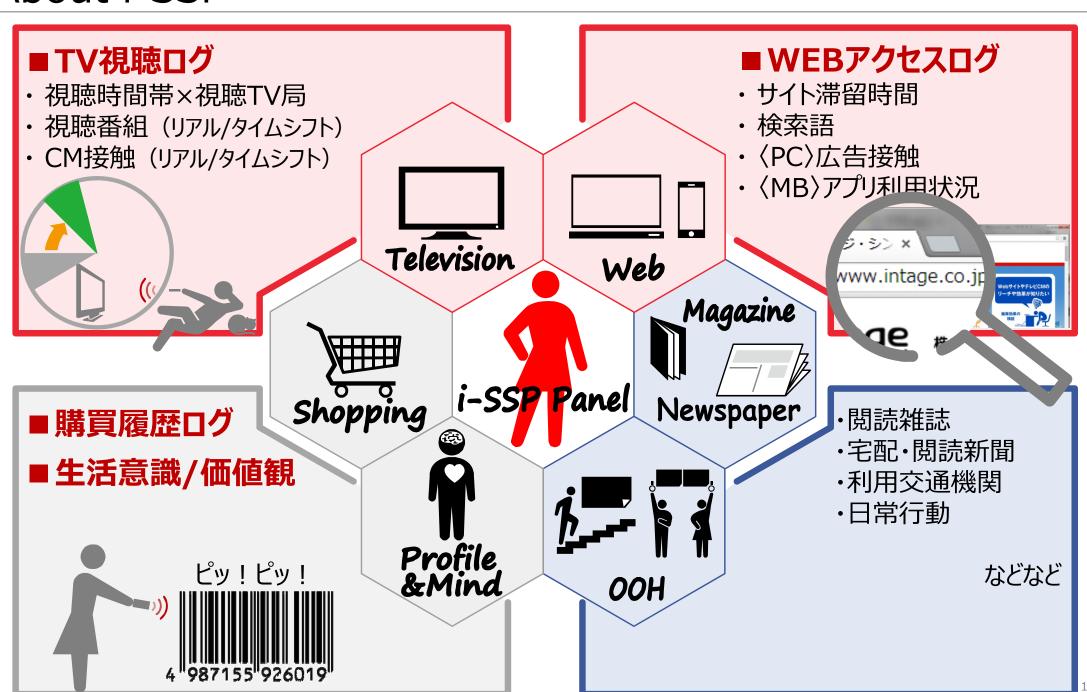
- □無意識下で全記録
- □'Log'=事実の記録
- □全記録だから'さかのぼり'も可能
- □収集&分析から迅速に打ち手に反映



#### JMRA Annual Conference 2/14



### About i-SSP



### データ収集&精度向上のノウハウ



- ☑ テレビ連続視聴分数
- ☑ WEB接触秒数/WEBサイト接触秒数
- ☑ モバイルアプリ接触秒数

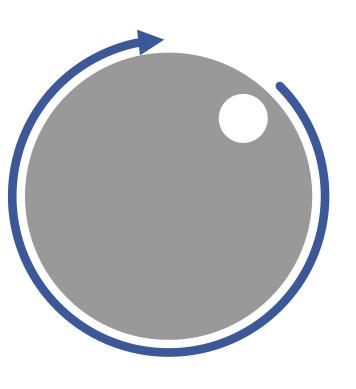


- ☑ データ送信量推移
- ☑ テレビ視聴時間推移
- ☑ WEB接触秒数推移



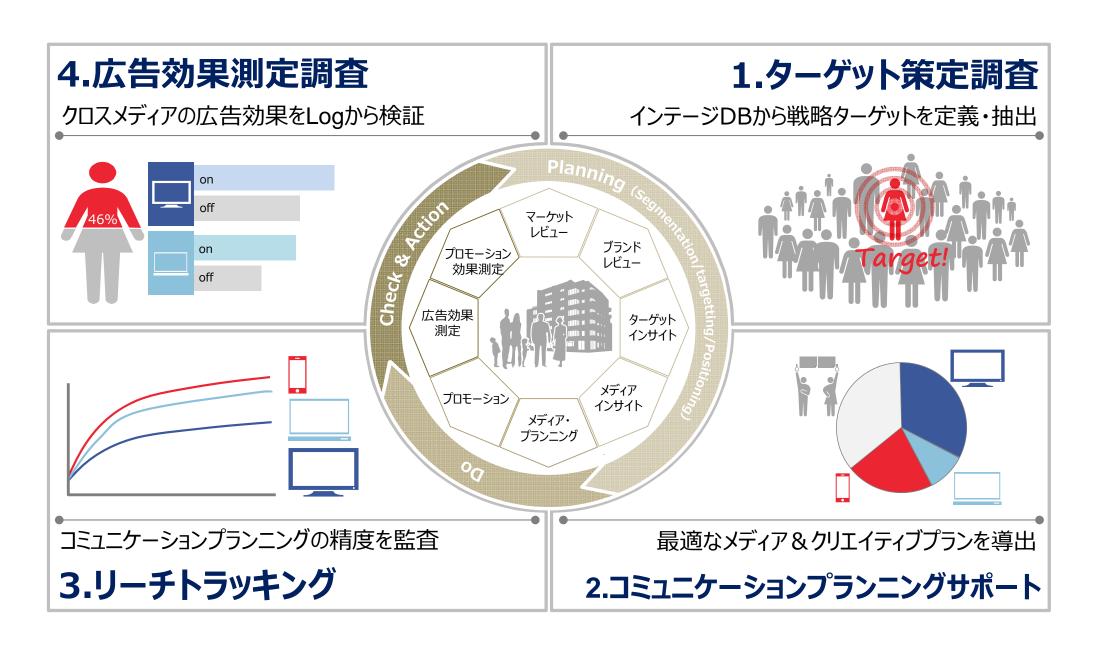
- ✓ メールによるフォロー
- ☑ 電話によるフォロー
- ☑ 継続/除外処理



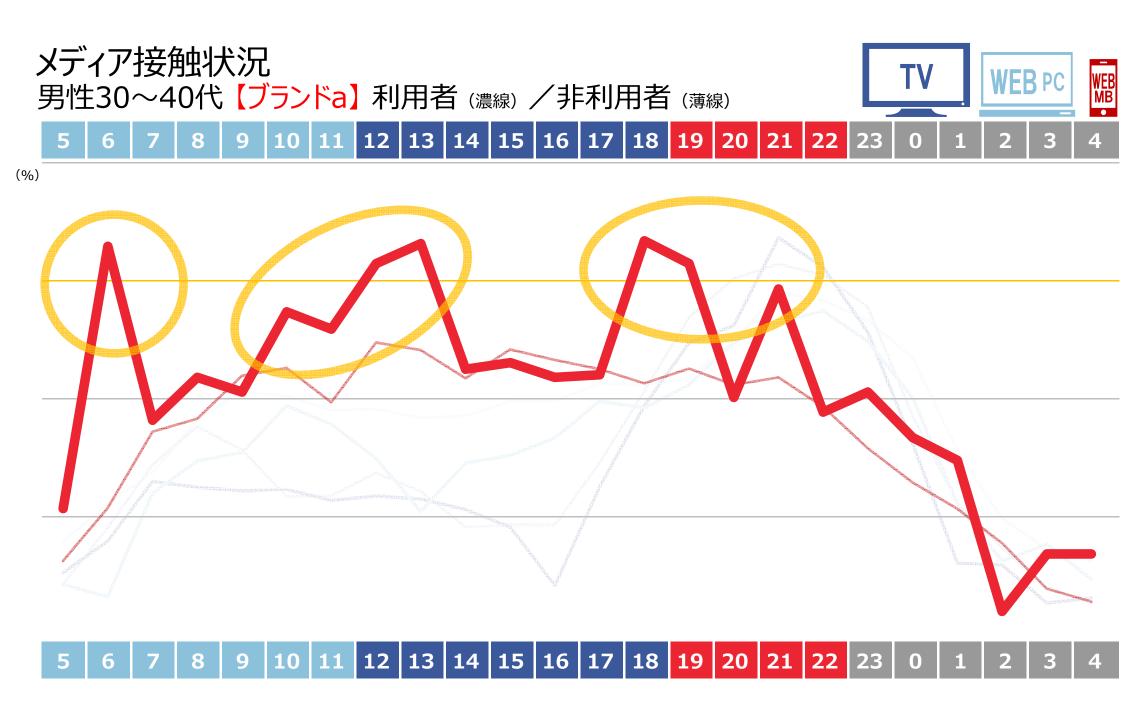


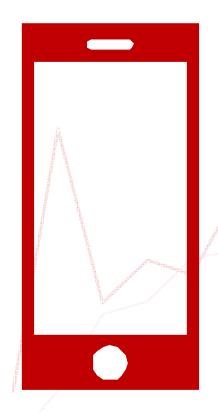
インテージの 統合ソリューション事例

### マーケティングPDCAの全方位支援







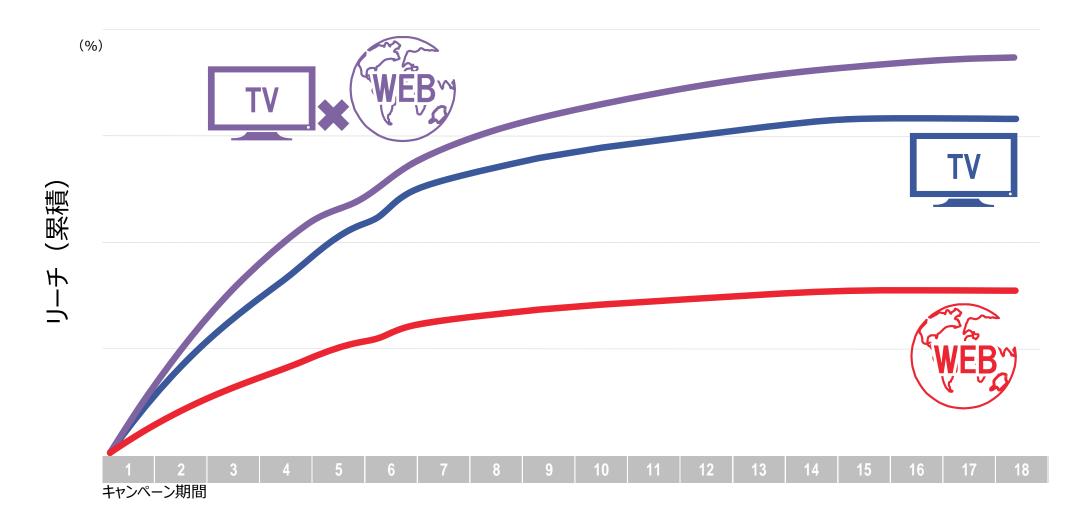


### 購買履歴から '戦略ターゲット' をロックオン

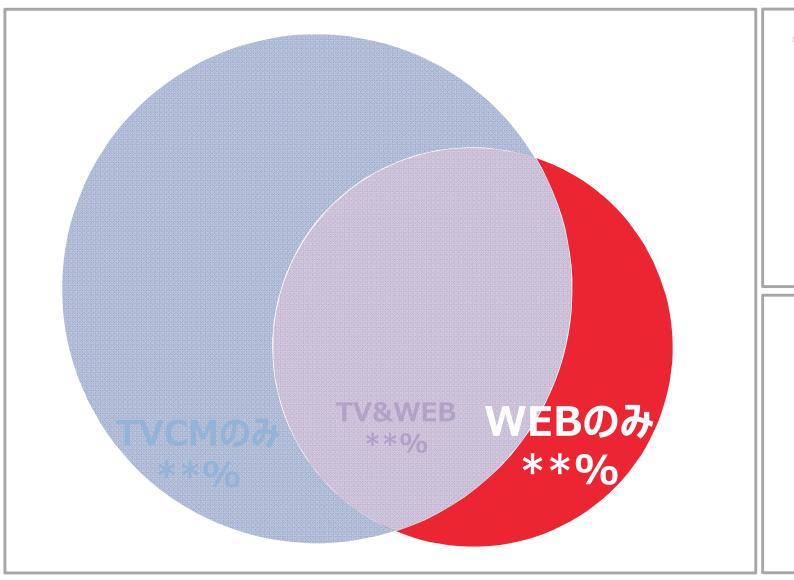
'モバイル' の '接点' をキーに アプローチを立案 (朝, 昼, 終業時)

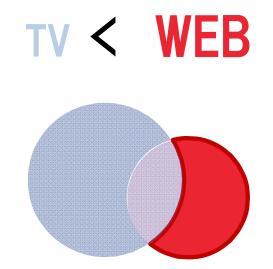
'商品特性×接点×購買の機会'を見据えたメッセージ&表現の開発

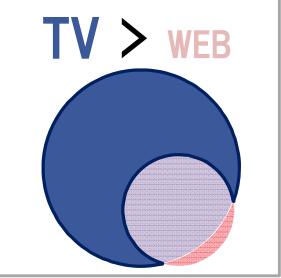
# Totalリーチは\*\*%(TV\*\*%, WEB\*\*%)



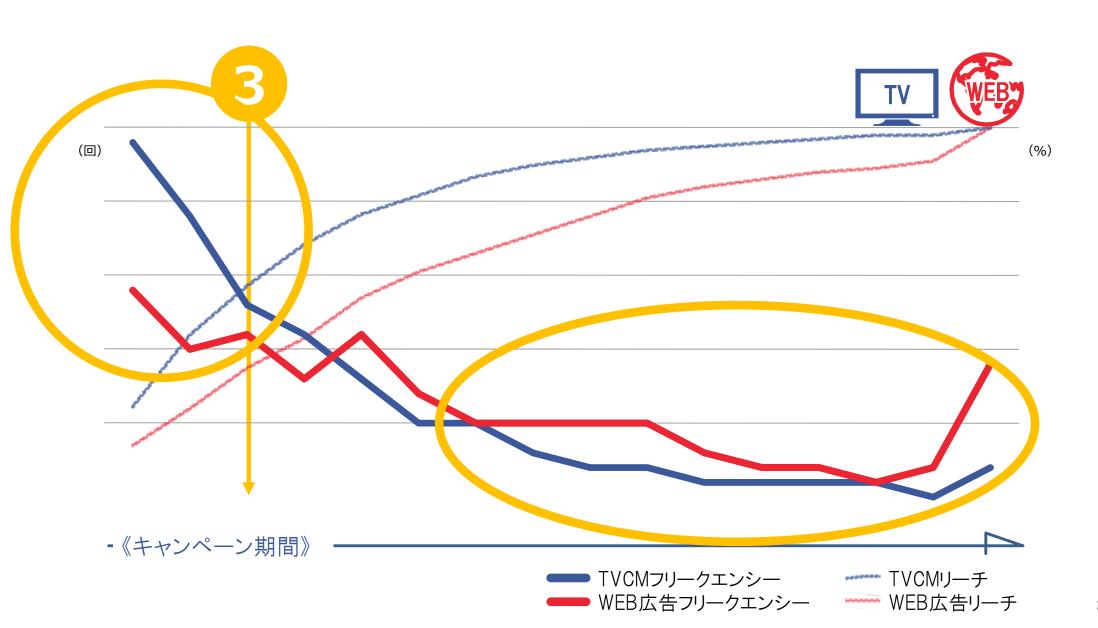
# \*\*%には WEB でしかとどけられない







- 平均接触回数: TVCM \*\*回, WEB広告 \*\*回
- 3回接触: TVCM \*\*%, WEB広告 \*\*%



## 'とどき' '積み重なる' メッセージを発見する

#### 生活価値観

- •人生観
- ・パーソナリティ
- •日常行動
- ・時間の使い方
- ·家族感
- ・人づき合い意識

#### 消費価値観

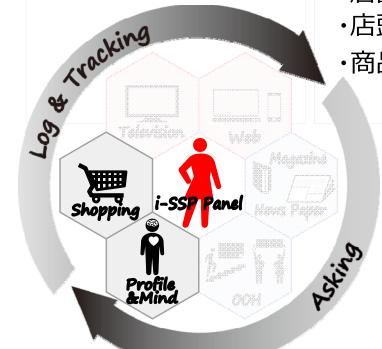
- •消費態度
- ・こだわり
- •選択眼
- ·流行感度

•情報行動

- •接触&参考情報
- •情報収集&発信行動
- •店舗選択行動
- ・店頭での行動
- ·商品選択行動
- 選択ポイント
- ·施策反応

#### テーマ別意識

- •食意識
- •料理意識
- ·健康·美容意識
- ・ファッション意識
- •環境意識
- •掃除•洗濯







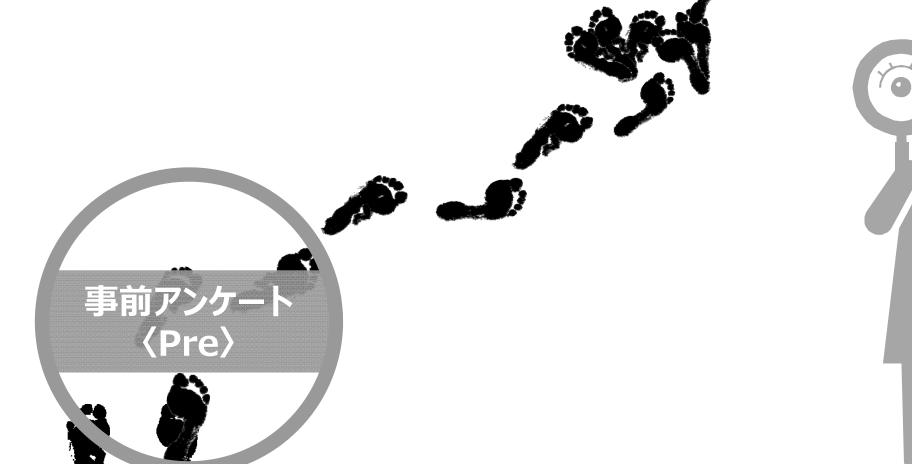
'TVCM' は圧倒的なリーチを前提として 知名と品質を訴求.



'WEB広告' は重なることを前提として 商品のもつ情緒ベネフィットを訴求.





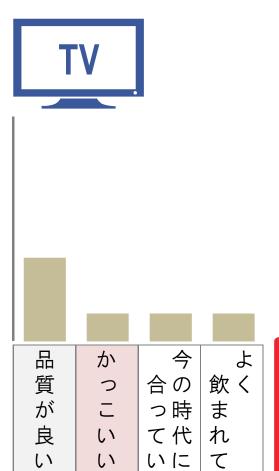


# 銘柄想起

# 「TV & WEB」は記憶する



# 特性理解 「TV & WEB」で'理解を促進する'



る

1) る





品質 上質 お 級 味沢 1) が 感 わな 良 え気 1) あ る分 1) を



特 目 徴 新 判 が が 61

か

1.)

1)

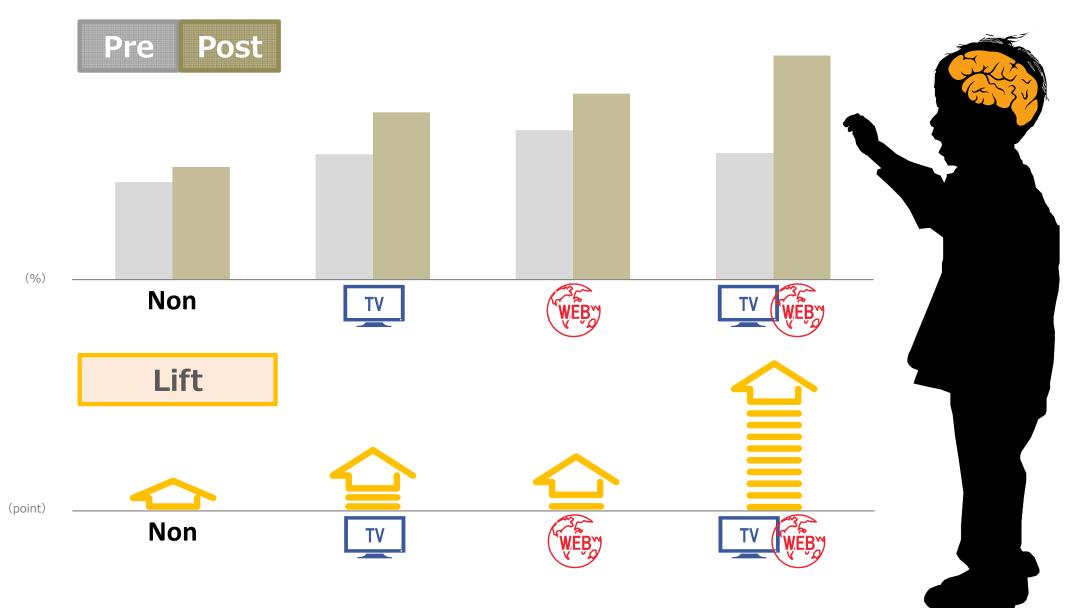
7

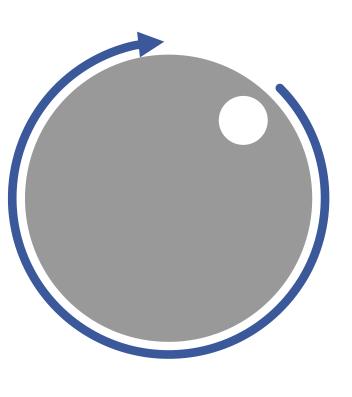
1)

自 合分 つに

### 購入

# 「TV & WEB」でとどけると'<u>動く</u>'







### 「あつめる」の未来



KAYAC Inc. Let it sleep



Apple watch



#### JINS MEME



復興支援調査アーカイブ

広告のチカラ

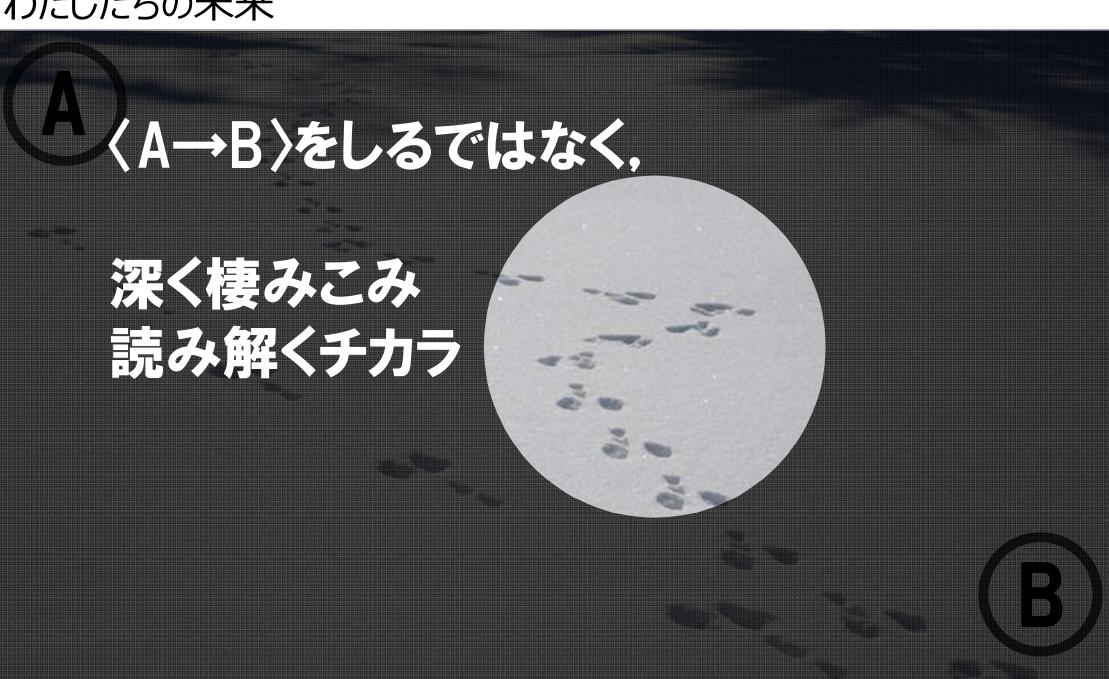
# Advertisement

- •銘柄認知
- ·関心
- •特性理解
- •情報収集
- ·購入意向

•購入

•推奨

### わたしたちの未来



### ご清聴いただきまして誠にありがとうございました。



株式会社インテージ クロスメディア情報開発部 親身手際サポートチーム シニアアナリスト 田中 宏昌