情報循環層とは

アーリー
アダプター

情報収集力

情報循環力

アメリカ・マーケティング研究で
顧客経験が最重要課題に

MSIが発表した恒例の2014年から2016年にかけての
最優先研究課題(research priorities)で
優先順位第１位に挙げられたのは：

- **「顧客経験の理解」**
- 「ビッグデータ環境における
  マーケティングアナリティクス」

背景：
デジタル化の進展に伴い、オンラインとオフラインで
どのようにして、顧客によりポジティブな経験を
してもらうかが重要な課題となった

「経験」とは何か？

ブランドとの接触

×

その人がどういう「状況」にあったのか

心の状態、感情

ライフステージ、コンテキスト

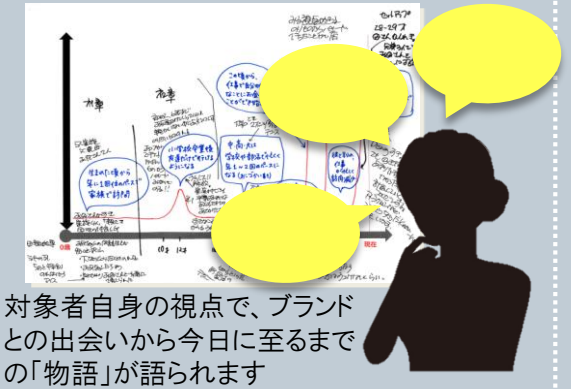
同じブランド接触でも
それがどういう「経験」になるかは1人1人異なる

「経験」を捉える定性手法にも注目

「カテゴリー経験」「ブランドと私」などのストーリーを抽出する**「コグニティブ・インタビュー」**

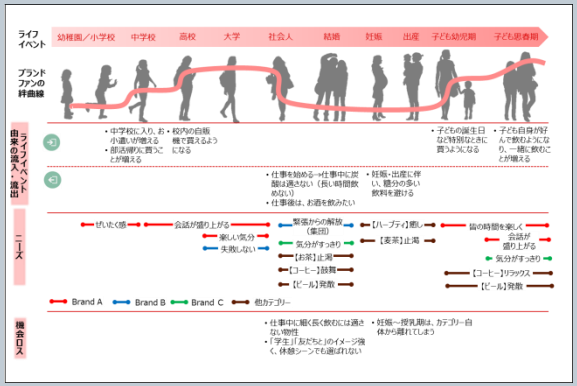
情報量を引き出すことを狙いとした警察で採用している手法

ストーリーテリングでブランドとの歴史を振り返る



対象者自身の視点で、ブランドとの出会いから今日に至るまでの「物語」が語られます

ブランド経験価値を提供するためのカスタマージャーニー



Love LEE's Cafe

ファッション＆ライフスタイル誌「LEE」の、発信力、表現力を兼ね備えたコア読者によるコミュニティ、それが Love LEE's Cafe

自社でのコミュニティ構築・運営は容易ではありませんが、Love LEE's Cafeなら高感度なメンバーとの共創やインサイト収集がいつでも可能です

Visuals

情報感度が高いメンバーならではのクオリティの高い写真投稿やコメントにあふれた活発なコミュニティ

"100人隊"の活動などを通じ、製品やサービスの共創で実績のあるメンバーも参加

オフラインでのワークショップ、インタビュー、HUTなども可能（オプション）

インテージ ブースにて　資料配布中です

株式会社インテージ

www.intage.co.jp/