

事例

リビングプロシードプロモーション事例

広告会社A社

「チラシのクリエイティブ評価」ヒミツのおしゃべりルーム事例

店舗未利用/末子小学生以下/新聞購読層/ネット利用という細やかなリクルーティングを遂行！

Web上のグループインタビューを展開。
スピーディーに、主婦のホンネを収集した。



広告会社A社は、主婦層のスーパーのチラシのクリエイティブが本当に主婦に響くのかどうか？を調査するため、インターネット上のチャットシステム「ヒミツのおしゃべりルーム」を利用し、Web上でのグループインタビューを実施した。

参加条件は、対象スーパー未利用者/末子が小学生以下/新聞購読者で日頃からチラシを見ている主婦。ネット利用状況を加味して、最適な参加者5人を選定。
マニュアルを事前に送付、ログインテストを行った上で、Web上でのグループインタビューを実施。自宅でじっくりチラシを見てもらいながら、率直な意見を多数収集することができた。

<実施概要>

プロモーション種類	調査(ヒミツのおしゃべりルーム)
クライアント	広告会社A社(調査部門)
テーマ	チラシのクリエイティブ評価
実施時期	2011年7月

リクルーティング項目

- ・ 店舗未利用
- ・ 末子小学生以下
- ・ 新聞購読/チラシ購読
- ・ ネット利用

⇒上記細かいリクルーティングを遂行し、インターネット上のグループインタビューを完遂した。

■ 画面サンプル

名称	スレッド
参加者 (登録ユーザー)	Re: alice 投稿日時: 2010/02/26 15:51
	貴重な投稿ができたのでお礼とご意見を、皆さんの色んな意見も聞けてとても楽しかったです。また、機会があったら参加したいのでよろしくお願ひします。
参加者 (登録ユーザー)	【ともか】お礼がとうございました♪ 投稿日時: 2010/02/26 15:52
	今回、調査会社の御依頼により、楽しい時間をさせていただきました。これからは、ごまかして、清潔食品売り場をチェックしようと思ひます。お二人がオススメの二報にもチャレンジしてみますね。お礼がとうございました。
参加者 (登録ユーザー)	Re: alice 投稿日時: 2010/02/26 15:52
	(閲覧中)
リーダー (登録ユーザー)	【おゆえ】では、終了です♪ 投稿日時: 2010/02/26 15:55
	皆さん、本日にありがとうございました。 画面では、012号での会議の様子を掲載します。もちろんwebに入るこまごまとした見込みでも公開されますので、ぜひのぞいてください。

ヒミツのおしゃべりルームとは・・・

「ヒミツのおしゃべりルーム」は、インターネットの掲示板システムを応用活用し、グループインタビューをネット上(非公開)で行うものです。
条件に合うリビング・パートナーをリクルーティングし、モデレータの指示のもと、オンラインでグループインタビューを実施します。
遠方にお住まいの方の意見や、直接は言いにくいデリケートな意見の収集に最適です。

リビング・パートナーの特徴

リビング新聞グループの活動に協力する「リビングファン」、リビング新聞を配布している「リビングレディ」によって構成された女性マーケティング組織が「リビング・パートナー」です。

「素の生活者としての視点」からの、さまざまな情報提供やメッセージの発信をはじめ、付加価値の高いマーケティング活動までを、詳細な属性情報のデータベース化による“顔の見える”ネットワークで、効果的かつスピーディーに行います。

