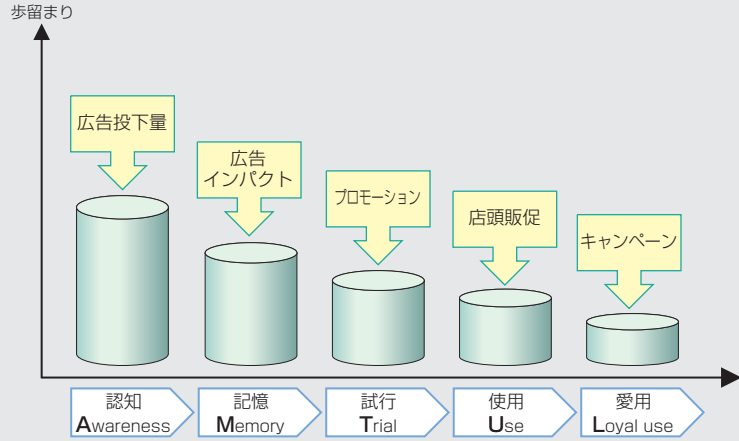


4

顧客に価値を伝える

メッセージの到達度から販売シナリオを予測し対策を検討する

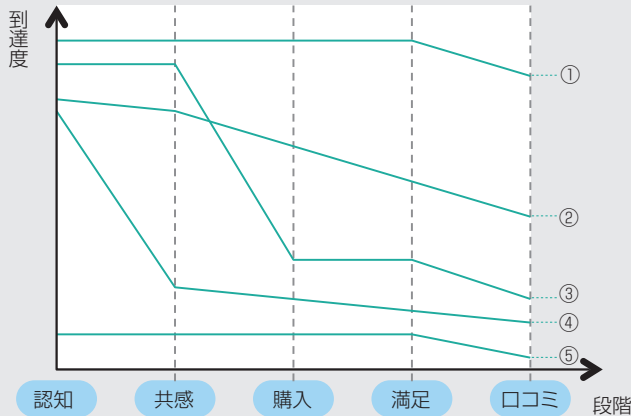
■ コミュニケーションの到達度を測定し、類似パターンから今後の販売シナリオを予測し、ターゲットとメッセージの修正案をご提案します。



メッセージの到達度を測定し、ターゲットとメッセージを修正する

ターゲットコミュニケーション測定

ターゲット市場におけるメッセージの到達パターンを特定する。



到達パターンと改善策

到達パターンに基づき、今後の販売シナリオを予測し、到達パターンからみた改善策（短期的な即効策、中長期的な抜本策）を抽出。

① 成功パターン	口コミ内容のフィードバック
② 納得パターン	メッセージ内容修正 購買キーワード強調
③ 変容パターン	メッセージの変更 変容メッセージ訴求
④ 認知パターン	ターゲットの見直し
⑤ 未到達パターン	メッセージ 媒体の抜本的見直し

調査課題

1. 当該商品のコミュニケーションがどこまで到達しているか
2. どのようなパターンにあてはまるか、どんな改善策があるか
3. どのようなシナリオを描くか、どう挽回できるのか

調査方法

1. 当該チャネルのコミュニケーション到達度（質問紙調査）
2. お客様の購買意思決定・愛用プロセスと情報接点（質的調査）
3. コミュニケーション活動の先進事例分析（事例分析）

アウトプット

1. ターゲットコミュニケーション到達のパターン
2. 今後の販売シナリオ
3. 到達パターンからみた改善策（即効策、中長期的な抜本策）