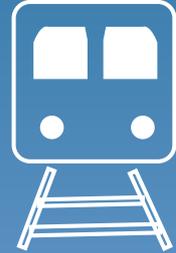




TVCM・新聞・雑誌・OOH・
インターネット・PRなど多様な媒体に対応



最適なメディア展開
投資配分をサポート



ファネルの各局面における
媒体ごとの影響度を定量化



即座に活用可能なグラフレポートで、
確実に次の施策・戦略へ



PR効果の金額換算もダイレクトに算出

C・ROI
クロイ

クロスメディアキャンペーンのROIを最大化する
新リサーチ&解析パッケージ

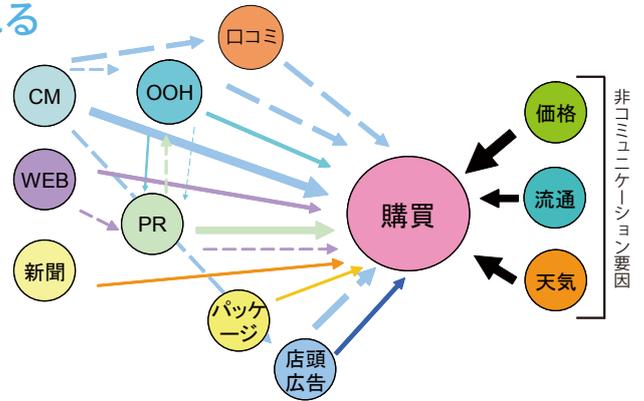
TCMS
テムズ

株式会社テムズ

「ROI 明確化」&「接触～購買までの問題点抽出」 最適なクロスメディア活用に向けてのソリューション

購買行動は個人個人の複雑な要因で決定される

購買に際し、購買者それぞれにおいて様々な心理要因や環境要因が絡んできます。従来の分析手法で多数を占める1・0（ON/OFF）データによる分析では、複雑化する近年のクロスメディア戦略の指標としては限界がありました。

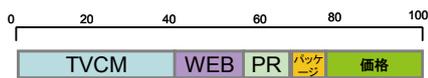
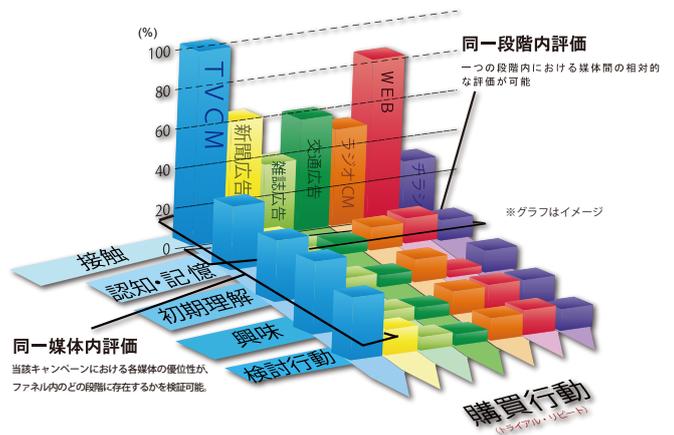


「クロスメディア」の様々なパスによって、購買行動が形成
+
「価格」等の非コミュニケーション要因も考慮したモデル

C・ROIのモデルでは、クロスメディア戦略における購買の流れを、太さや方向性を踏まえたベクトルパスで考えています。また、購買には、価格やコントロールが難しい天気などの非コミュニケーション要因も重要なファクターとして捉えています。

ファネルを用いた多次元的な構造解析

施策が実際の購買行動を促すまでには、多数の段階があり、それを「ファネル」構造と呼びます。この構造を明らかにすることで、ボトルネックが抽出され、マーケティング課題が明確化されます。C・ROIでは、このファネル構造に媒体ごとの影響度を掛け合わせ多次元的に捉えることで、有効な媒体選択や活用を可能とします。



費用対効果(ROI)を利益金額で明確化

%などの調査結果だけでROIを評価することは、不十分です。「キャンペーン効果」を金額価値に換算することで、「投資額」と同じ次元・単位で評価が可能となり、ROIが明確かつ現実的にみえてきます。また、キャンペーン実施自体の有効性も、客観的に評価することが可能となります。

C・ROI 導入事例

クロイ

クロスメディア施策の重複接触・購買率等、総合的評価を行います

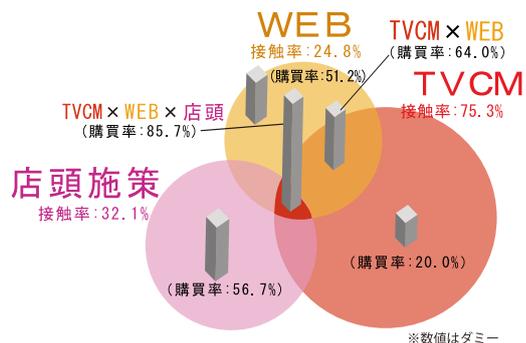
01 クロスメディア効果測定



事例 複数媒体活用のキャンペーン効果を評価したい

クロスメディア戦略のもと、実売に向けた仕掛けづくりを行った。TVCMによるリーチは期待以上で、WEBとの相乗効果は高い。今後は、店頭との連動強化を課題とした。

果汁飲料



行った施策のエフェクトを大きく減衰させている段階を抽出します

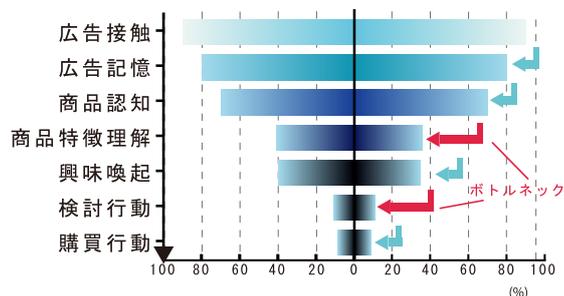
02 ボトルネックの把握



事例 適正な広告表現の方向性を知りたい

自動車保険の加入意向率についてのファネル構造を解析。ボトルネックを把握することで、広告表現の方向性をインパクト型から内容理解型へと変更した。

損害保険



各媒体・PR等が、購買までの段階にどの程度影響したのかを把握します

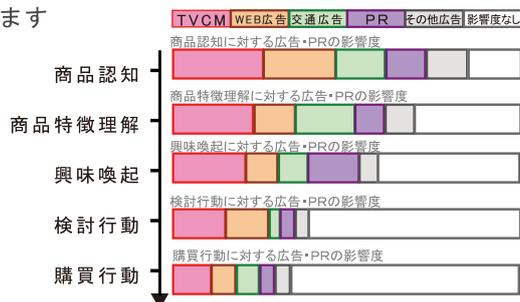
03 各段階における媒体ごとの影響度



事例 PRの媒体特性と金額価値を把握したい

来場喚起に対しての、PRの金額価値を算出。ファネルにおいて脱落の少ないPRの重要性を確認できたと共に、PRの更なる強化に戦略を変更。

テーマパーク



各媒体の投資額・投資比率を基に媒体の取捨選択を行います

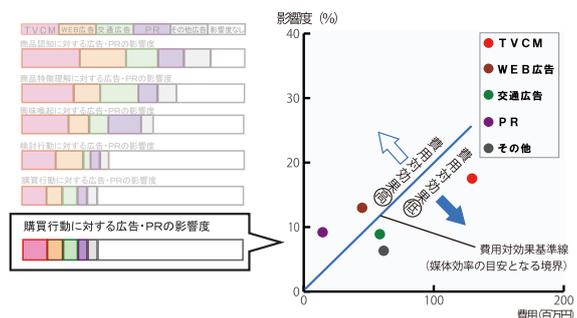
04 投資配分の最適化



事例 明確な基準を持って媒体の投資配分をしたい

TVCM素材をはじめ、店内ディスプレイなど様々な媒体を評価。その結果、来店喚起に関して非効率なTVCMの打ち切りにつながり、適正な媒体戦略へとシフトした。

百貨店



キャンペーン効果を金額換算することで、費用対効果を明確に評価します

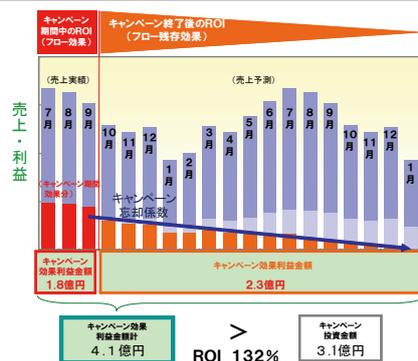
05 施策効果の利益金額換算とROI算出



事例 曖昧だったROIを定量化したい

処方薬のDTCキャンペーンを実施。様々な要因があるなかで、受診促進に対してキャンペーンが貢献した価値を金額換算。忘却係数を用いて残存効果も現実的に評価した上で、次期キャンペーンの実施を決定した。

医家向薬品





株式会社テムズ

〒113-0033 東京都文京区本郷1-25-5 ケンガクビル4階
www.tems.ne.jp

マーケティング戦略策定を計画段階から一貫してコンサルティング。広告効果測定など、コミュニケーションマーケティングのスペシャリストとして、トップブランド企業のサポートを数多く手掛ける。

●商品・サービスのお申し込み、お問い合わせは

☎ 03-3818-0254 (リサーチ担当)

FAX 03-3818-0640

Email info@tems.ne.jp

クロスメディア総合評価



量的データ中心のC・ROIとあわせて「CMストリーミングリサーチ」をご利用いただくことで、施策の質的側面の問題抽出・最適化を強力に支援します

クリエイティブ総合評価

CM STREAMING RESEARCH



CMストリーミングリサーチ
オムニバス



CMストリーミングリサーチ
カスタマイズ

— C・ROI 標準パッケージスペック —

調査方法 : インターネット調査

調査対象者 : 首都圏在住の 20~69才 男女

サンプル構成 : A群: 一般消費者 (=平場) 300サンプル
B群: キャンペーン期間中の商品購入者 100サンプル
※調査実施可能出現率 1%以上
(5%未満の場合は、スクリーニング費用が別途発生)

調査実施日 : 基本的にキャンペーン終了直後

スケジュール : 調査完了から3~4週間程度でアウト
プット提出

分析対象 : ① 媒体 / 10 媒体程度
② 購買要因 / 10 項目程度
(非コミュニケーション要因)

ファネル構造 : 7 階層程度設定

アウトプット : グラフレポート (全体ベース)

料金 (税別) : 70 万円~

ご要望に応じてカスタマイズ可能です

※ 実施の際、調査票は一部非開示となります。ご了承ください。
※ 以下は、別途カスタマイズ料金となります。
調査エリア・年代変更、性・年代別等のクロス集計およびグラフ作成、
利益・出稿金額の精査・積算、提示素材手配・加工、分析コメントレポート、
納品後の再集計・加工 等



Research & Analysis package



キャンペーンの目的・狙いをヒアリングさせていただき、標準の調査票を基にクライアント様ごとに調査項目をカスタマイズ。

キャンペーンによって購入に至った層を分析するために、一般消費者に加えて商品・サービス購入者も一定数サンプル回収。キャンペーン広告は 10 媒体まで選択可能。(スペック拡張等にも対応)

弊社独自のシステムを活用し、購買行動に至るまでの構造解析とROI算出、媒体の投資効率を比較分析。

最短3週間でのグラフレポート納品。

ご要望により、広告効果シミュレーションシステム等を活用した発展的な戦略分析・施策提案・報告会実施についてもサポート。

得られたデータを確実に実務へ活かすために、次回施策の具体的なプランニングについても戦略パートナーとしてコンサルテーション。