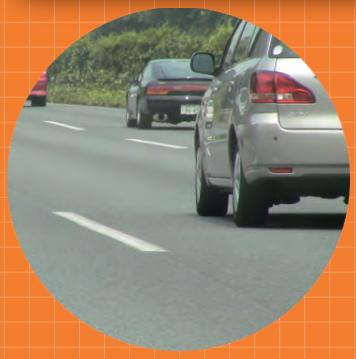
CUSTOMIZE

カスタマイズ・パッケージ

CM STREAMING RESEARCH CUSTOMIZE

CASE4

オンエア前に素材の質的評価を測定したい —損害保険会社



保険の新規キャンペーンで複数のＣＭ素材を制作。
各素材の出稿バランスを決定するために「ＣＭストリーミングリサーチ」をオンエア前に活用。
好意度や内容理解度などのＣＭ特性を検証し、各素材の適切な出稿量の調整が行われた。
また、このＣＭが東海地区のみのテストキャンペーンだったことから、実施地域と対象者をカスタマイズし、調査を実施した。

simple ＋

カスタマイズ内容
- 出稿前ＣＭ素材ストリーミング化
- 調査地区変更（東海地区）
- 調査対象者絞込み（自動車運転免許所持者）

CASE5

女性だけを対象とし、出稿直後の効果測定をしたい —食品会社

女性向けの低カロリー調味料のキャンペーンＣＭ。
コアターゲットである女性のみサンプル数を増やした上で、調査を実施。
また、キャンペーンの最大効果を測定するため、出稿終了直後に調査日指定もカスタマイズ。
詳細な分析とネクストマーケティングに向けての報告会・ディスカッションを行った。

standard ＋

カスタマイズ内容
- 調査日程カスタマイズ
- サンプル調整（女性のみで拡充）
- 分析・報告会実施

CASE6

クロスメディアキャンペーンを総合的に評価したい —加工食品会社

年中行事用の食材を数多く手がけるこの企業では、ＴＶＣＭ素材、そしてラジオＣＭ素材を中心に、キャンペーンを展開した。
そして、「ＣＭストリーミングリサーチ」を元に、ラジオＣＭ・新聞素材・インターネット広告の効果測定も実施。
ＴＶＣＭ素材とあわせて調査を行うことで、クロスメディア視点での複合的なキャンペーンの評価が行われた。

strategic ＋

カスタマイズ内容
- ラジオＣＭ素材調査（追加１素材）
- 新聞素材調査（追加１素材）
- ホームページバナー調査（追加１素材）
- 持込素材ストリーミング化