

企業各社の様々な課題を解決してきた実績をご紹介します

## 導入事例

### オムニバス・パッケージ



#### CASE1

##### 動画によるCM評価を安価に手軽に実施したい

— 素材メーカー・企業広告



企業広告を1年間で2～3素材オンエアしている企業。  
限られた予算のなか、第三者的なCM評価が求められ、「CMストリーミングリサーチ」のオムニバスパッケージのシンプルタイプを活用。  
CMの認知率・接触回数をはじめ、CM好意度・印象度・内容理解度といった基本的な質的評価を実施。さらには、フリーコメントを詳細に検証することで、今後のクリエイティブ課題を抽出。  
テムズ所有の過去CM調査800素材のNORM値との比較で、自社CMの相対的な評価も行った。

##### 調査タイプ

simple

オムニバス  
シンプルタイプ

#### CASE2

##### 広告効果基準を自社向けに設定する為の調査を行いたい

— 飲料会社



商品広告を中心に年間10素材程度のCMを制作している企業。  
自社でのNORM値算出の基礎データとして「CMストリーミングリサーチ」を活用。  
自社にフィットした指標の構築を目指し、データ蓄積により広告評価基準を明確にすることが可能となる。  
また、実査当月末に納品というスピード対応により、調査結果は即座に実践展開等へと活用されている。

##### 調査タイプ

standard

オムニバス  
スタンダードタイプ

#### CASE3

##### 商品特徴に合わせた調査項目をオリジナルに盛り込みたい

— 靴メーカー



商品USPにフォーカスした内容理解型CMを展開。  
CMの基本的な評価はもちろんのこと、売りにつながる「商品特徴の伝達深度」の検証が求められる。  
CMストリーミングリサーチのストラテジックタイプに標準設定されている、「調査項目3つの自由設定」を活かして調査実施。「形状」や「耐久性」といった商品特徴の伝達をオリジナルに質問設定することで、商品購入までの段階的な効果指標（＝ファネル）の検証を行った。

##### 調査タイプ

strategic

オムニバス  
ストラテジックタイプ