

MetrixLab 主要ソリューションの概要

プロダクト・イノベーション

市場開拓、商品開発の最適化、
セールス・アクティベーション



ブランド・エンゲージメント

ブランド評価、クリエイティブ開発
の最適化、メディア効果



「プロダクト・イノベーション」ソリューション

市場開拓、商品開発の
最適化、セールス・
アクティベーション

市場開拓

消費者の行動、要望、不満、
喜びを探ることで、新たな
機会を発見

INSPIRE

ユーザー生成のソーシャルメディア・
コンテンツを活用してイノベーション・
ファンネルを促進する

SCOUT

知識を深め、成長分野を特定し、
競合をモニターする

TOUCH

消費者の意思決定ジャーニーを
マッピングし、主要なタッチポイント
の影響力を理解する

商品開発の最化

製品のアイデアを完全な形の
提案に進化させる

IMMERSE

イノベーション・プロセスの初期段階で
成功の可能性を把握する

IDEA

新製品や新サービスの可能性を
いち早く読み取る

CONTEST

新商品のコンセプトを検証し、
市場参入戦略に反映させる

CHOICE Suite

消費者の選択をシミュレートし、
価格、商品オファー、訴求ポイント、
ポートフォリオを最適化する

セールス・ アクティベーション

買い物客の体験を最適化する
ことで、ファンを増やし店舗の
売上を伸ばす

PACT Suite

パッケージング・デザインの持つ力
の伝達、選別、検証、最適化

CATVIS

買い物客重視のカテゴリ・ビジョンを
策定し、カテゴリ・パフォーマンスを
最適化する

E-SHOP

関連資産の最適化を通じて
eコマースのパフォーマンスを
最大化する

INFLUENCER MSS

フロントラインのインフルエンサーを
理解し、販売拠点のパフォーマンスを
最大化する



「ブランド・エンゲージメント」ソリューション

ブランド評価、
クリエイティブ開発の
最適化、メディア効果

ブランド評価

競合やビジネス目標との関係におけるブランドヘルスとポジションを最適化

TEMPO

感情的、精神的、物理的な可用性に基づく現代的でアジャイルなブランド・トラッキング

BRAND FAME

ソーシャルメディア・ブランド分析に基づき、デジタル・ブランドヘルスを継続的に追跡する

クリエイティブ開発の最適化

ターゲット顧客に響く強力な広告コンセプトとコピーを見極め、創出する

IMMERSE

クリエイティブ開発の初期段階で成功の可能性を理解する

ACT EARLY

初期段階の広告アイデアやコンセプトを評価し、最適化する

ACT COPY, AD-VANCE, BCT

各種のクリエイティブ・テストソリューションにより実施状況を評価し、最適化する

ACT INSTANT

人工知能を活用し、たった2時間で広告パフォーマンスを予測する

メディア効果

キャンペーン期間中と終了後にペイド、オウンド、アードメディアへの投資効果を評価する

CAMPAIGN MONITOR (キャンペーンモニター)

クロスメディア・キャンペーンの市場効果を理解し、最適化する

CAMPAIGN EVALUATION (キャンペーン評価)

シングルメディア・キャンペーンの市場効果を理解し、最適化する

BUZZ

ソーシャルデータを活用し、ソーシャルキャンペーン／インフルエンサーによるブランドインパクトを判断する

「システム1」に基づいたアプローチ



受動的行動の測定

- ・ 3Dバーチャル店舗
- ・ フォーカス（アイ）トラッキング
- ・ デジタルメディア露出



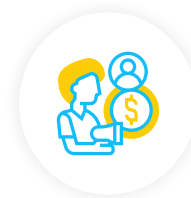
潜在的連想の測定

- ・ 無意識の反応テスト（IRT）
- ・ 感情的共鳴（Avaya-A）
- ・ 性格タイプと価値観（VIP）



包括的な視点

- ・ モバイル・ダイアリー
- ・ オンラインコミュニティ
- ・ ビデオ・ストーリーテリング
- ・ ソーシャルメディア・インサイト
- ・ DOT手法



高度なモデリング

- ・ TPMマイグレーション分析
- ・ コンジョイント分析／離散選択モデル（DCM）
- ・ シャーププレイ値
- ・ 派生したデジジョンツリー
- ・ プライス・ディスタンス



プロダクト・イノベーション

市場開拓、商品/パッケージ開発、セールス・アクティベーション



カスタマーバリュー

顧客の獲得、体験、維持



ブランド・エンゲージメント

ブランド評価、クリエイティブ開発、メディア効果

MetrixLab 主要ソリューション の概要

ブランド評価

競合とビジネス目標との関係でのブランドヘルスの最適化

B-HEALTH & TRACK360

ディップ形式 (BHealth) または継続形式 (Track360) によるブランドヘルス測定

BRAND FAME

ソーシャルメディア・ブランド分析に基づき、デジタル・ブランドヘルスを継続的に追跡する

クリエイティブ開発の最適化

ターゲット顧客に響く強力な広告コンセプトとコピーを見極め、創出する

ACT EARLY

コミュニケーションアイデアを評価、最適化する初期段階のクリエイティブ・テスト

ACT COPY

(完了した) 広告のパフォーマンスに関する詳細な診断

AD-VANCE

デジタルと印刷物の迅速なデジタル広告スクリーニングと結果のデジタル配信

USABILITY

ウェブサイト/アプリの定性ユーザビリティテスト (ラボまたはオンライン)

メディア効果

キャンペーン中およびキャンペーン後の広告の評価 (ペイド、オウンド、アードメディアへの投資)

CE Suite

(クロスメディア) キャンペーンの市場広告効果を理解し、最適化する

DCE

デジタルキャンペーン評価によりデジタルキャンペーンのリーチ (全デバイス上) と効果を確認する

BUZZ

ソーシャルデータを活用し、ソーシャルキャンペーンおよびインフルエンサーによるブランドへのインパクトを判断する

「ブランド・エンゲージメント」ソリューション

ブランドの成長を促進し、マーケティング・コミュニケーションのファインチューニングを図る

セールス・アクティベーション

買い物客の体験を最適化し、店頭での販売を強化する

PACT Suite

パッケージデザインの持つ力の伝達、選定、検証、最適化のための一連のソリューション

POST

販売拠点および店頭コミュニケーションの効果を検証し、最適化する

RANGE

最適な商品レンジの組み合わせや拡張を特定し、ポートフォリオを最適化する

INFLUENCER MSS

重要な業界インフルエンサーと彼らがブランドを推奨する要因の同時トラッキング

商品開発の最適化

製品のアイデアを完全な形の提案に進化させる

INSPIRE

オンライン上の会話、投稿、共有から言語的および視覚的に得たものによりイノベーションを生み出す

IDEA

新商品アイデアの可能性を早期に読み取る

CONTEST

新商品のコンセプトを検証し、市場参入戦略に反映させる

CHOICE

消費者の選択とトレードオフをシミュレートし、価格、商品の特徴、訴求ポイント、ポートフォリオの最適化を図る

市場開拓

消費者の慣行、要望、不満、喜びを探ることで、新たな機会を発見する

SCOUT

習慣や態度に関する調査により、市場理解を深め、成長分野を特定する

TOUCH

消費者の意思決定ジャーニーと、パス・トゥー・パーチェス（購入までの道のり）におけるタッチポイントの影響力をマッピングする

SHADOW

モバイルアンケート調査やダイアリーを通じて、買い物客や消費者の体験をリアルタイムで把握する

SHARE

魅力的な反復エクササイズ、コラボレーション、グループディスカッションを行う短期オンラインコミュニティ



プロダクト・イノベーション

市場開拓、商品/パッケージ開発



カスタマーバリュー

カスタマーリレーションシップの強化

顧客の獲得

魅力的な市場セグメントを特定し、新規顧客を獲得する

Inspire

ポートフォリオやコミュニケーションにおけるホワイトスポットを発見し、消費者がブランドや製品に近づくきっかけを作る

顧客体験の最適化

タッチポイントにおけるNPSと顧客体験の把握と改善

DPM

顧客の訪問動機、体験、目標達成、ロイヤルティへの影響を測定するデジタル・プラットフォーム・モニター

CLF - Closed Loop Feedback

NPS/CESスコアに基づく継続的なオンライン・カスタマー・エクスペリエンス管理プログラム

顧客生涯価値

顧客生涯価値
顧客が離れていく理由と引き留める方法を理解する

LOYAL

NPSなどの指標を組み合わせ、顧客の維持や離脱の理由を理解する