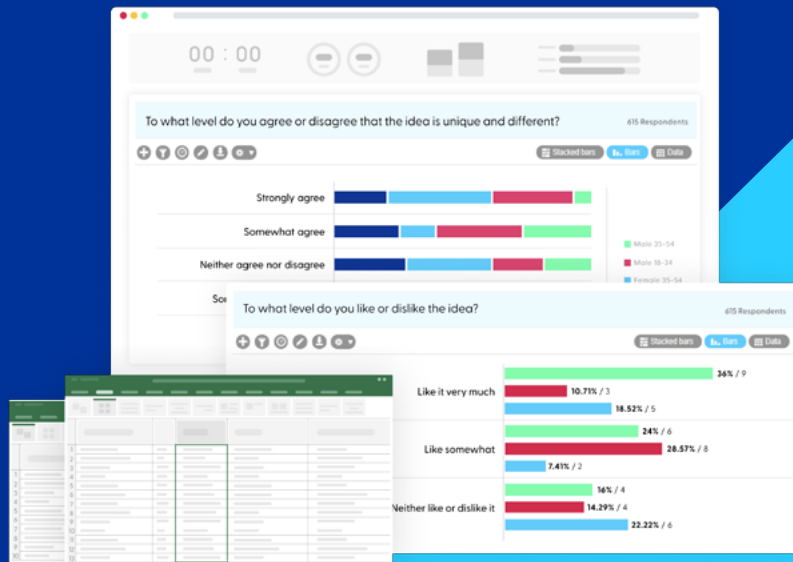


ニーズ特定

潜在性のあるニーズを特定



テンプレート化されたニーズ特定ソリューションによって、重要な消費者ニーズを特定することが可能です。

利点

- ▶ 重要な消費者ニーズを特定
- ▶ 潜在性のあるニーズを新製品やサービスのアイデアまたはコンセプトに発展

クリティカルなインサイトを提供するように考案された主要メトリクスを活用

主要指標

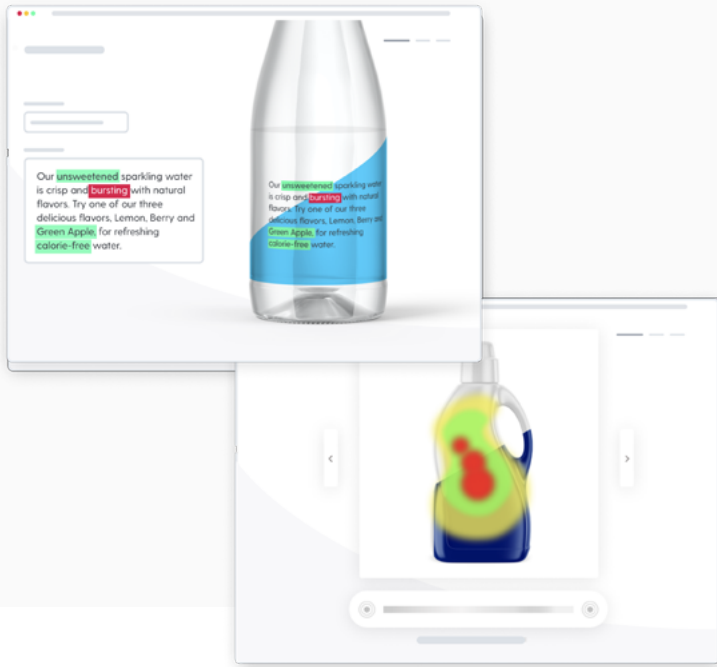
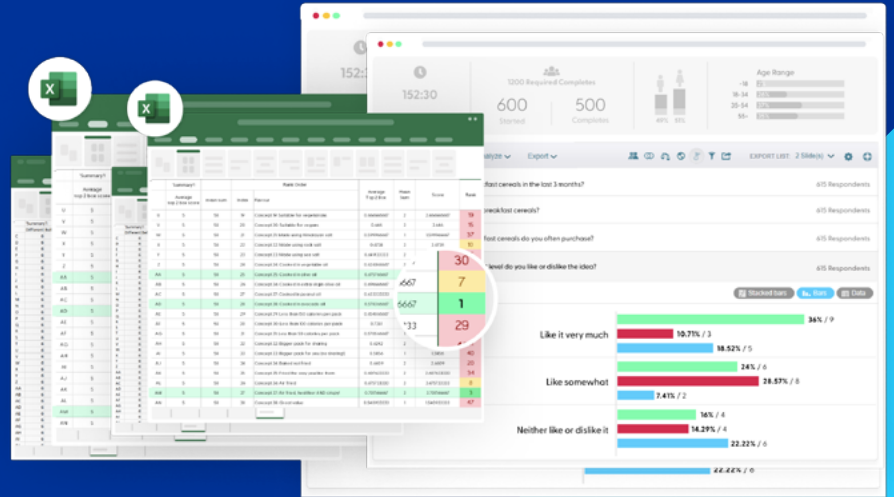
関連性	●
ブランドの適合性	●
ユニークさ	●

以下から選択

信憑性	●
購入意欲	●
理解しやすさ	●
テキストハイライト/ヒートマップ	●
好き/嫌い - オープンエンド	●
設問の追加が可能	●

スコアカード&分析

- ▶ 調査開始後からリアルタイムに分析ツールにデータを集積
- ▶ KPI スコアカードの構成
 - ▶ 全体のデータ
 - ▶ サマリー
 - ▶ ランキング



製品の特徴

- ▶ 最大50クレームをテスト可能
- ▶ 調査知見に基づいた調査設計と主要指標
- ▶ モナディック法 (各回答者は最大5つの|無作為化に選定されたクレームを評価)
- ▶ 1クレームあたり100人の回答者
- ▶ 画像もしくはテキストを評価
- ▶ 割付のバランス調整

利用可能なツール: テキストハイライトヒートマップ

toluna*start

- ▶ Real4,000万人以上のグローバルパネルによるリアルタイムのインサイト
- ▶ 定量および定性ラップアラウンド
- ▶ 強力な手法が内蔵

toluna*

Telephone +81 3 4578-0450

Email contact-jp@toluna.com Website tolunacorporate.com