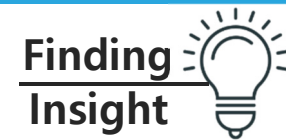


広告の効果測定

広告の目的がどの程度達成されたか測定し改善点を発見することで、プロモーション戦略の礎となります！

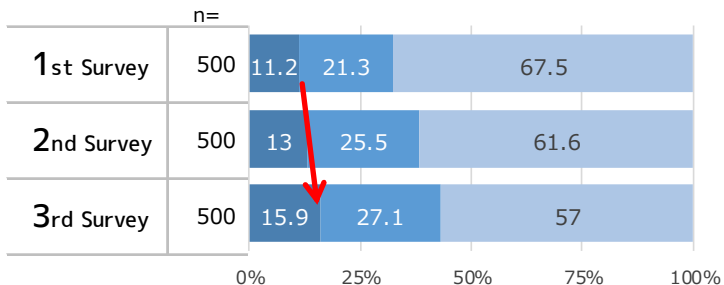


広告の効果測定調査は、広告の認知状況や評価、ブランド浸透度・イメージ変化、購入意欲の喚起状況などを明らかにします。広告・プロモーションの効果を測るだけでなく、その結果から改善点を発見することで、今後のプロモーション戦略をブラッシュアップすることができます。効果の測定は、広告投入前の事前調査データをベンチマークにするケースと、広告投入後一定期間をトラッキングするケースなどがあり、販売促進活動の評価にも活用できます。

広告の効果測定 分析イメージ

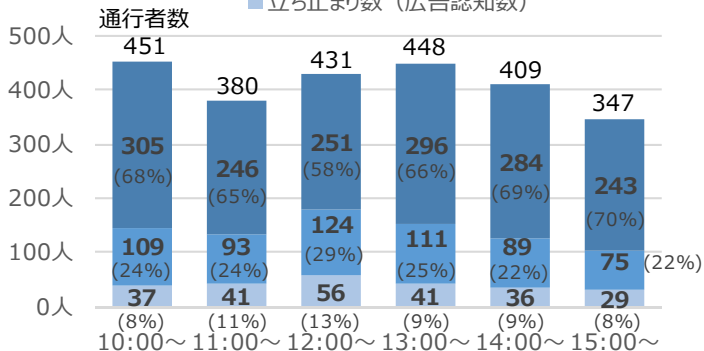
トラッキング調査による認知度分析

■ 確かに見たことがある ■ 見たような気がする ■ 見たことがない

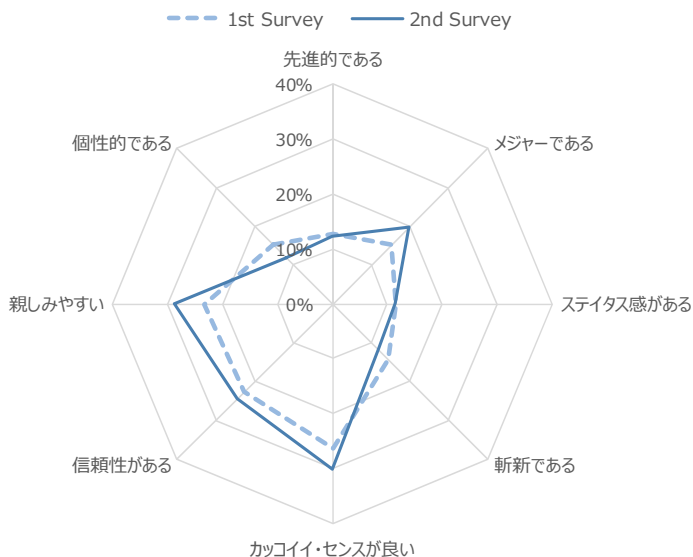


通行者観察調査による認知状況分析

■ 広告非視認数 (広告非認知数)
■ 広告視認数 (広告認知可能性あり数)
■ 立ち止まり数 (広告認知数)

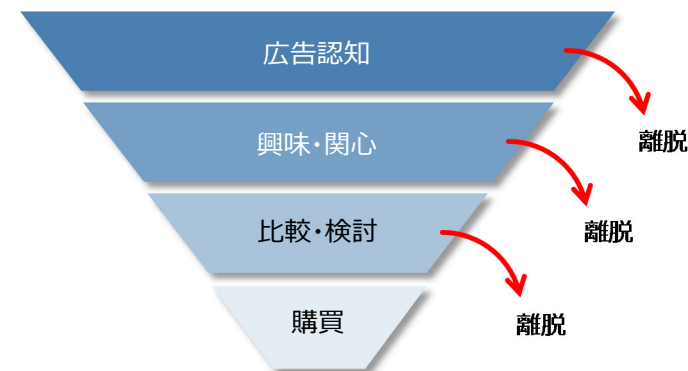


広告イメージ特徴・強み弱み分析



ファネル分析

広告認知から購買行動までの動きを分析



貴社が求めるゴールに向けて最適な調査方法をご提案！

広告の効果測定のためによく利用される調査方法

店頭アンケート

街頭アンケート

ネットリサーチ

通行量調査

