

ブランドデータバンク 活用事例集

2020.10.5

あらゆるマーケティングフェーズの課題を  **bdb** で解決できます！

機会の発見

- ・未充足ニーズの発見
- ・消費者セグメンテーション
- ・ターゲティング
- ・市場規模の推計
- ・「競合」の把握
- ・既存商品ポジショニング

コンセプト開発

- ・商品（サービス）アイデア創出
- ・アイデアスクリーニング
- ・コンセプト開発/改良
- ・コンセプト評価
- ・ネーミング評価

4Pの開発・策定

- ・パフォーマンス評価
- ・デザイン評価
- ・広告案の開発/改良
- ・広告（案）の評価
- ・広告媒体の選定
- ・総合ポテンシャル評価

上市後の検証・改善

- ・浸透度/成長度測定
- ・顧客満足度測定
- ・広告/プロモーション効果測定
- ・ブランド力測定
- ・市場の変化の把握

bdb
の
活用

課題/活用事例

- ・情報収集 P 5
- ・ペルソナ化 P 9
- ・市場把握 P10
- ・競合把握 P11

課題/活用事例

- ・資料作成 P 3, 4
- ・二次利用 P11

課題/活用事例

- ・追跡調査 P 6
- ・DMP連携 P 8
- ・仮説検討 P12

課題/活用事例

- ・市場把握 P 7
- ・ペルソナ化 P 9
- ・競合把握 P11

このような課題はありませんか？

- ✓ 広告提案資料に掲載する情報に説得力を持たせたい
- ✓ 費用や時間をかけずにデータを収集したい

SaaSで解決！

資料に掲載する根拠・裏付けデータに活用



ブランドデータバンクではターゲットのプロフィールや消費者の嗜好性など豊富な情報をデータベース化しています。データベースから出力したグラフや集計データは提案書等の資料に掲載することができ、データによる説得力を持たせることが可能です。

月額制で24時間いつでもデータが使い放題



インターネットブラウザから利用できるSaaSでの提供のため、**24時間好きな時に**データを見ることが可能です。契約は**1ヶ月10万円～**で使い放題。資料作成の時間が無いときも、データ確認から集計データ出力までスムーズにアウトプットいただけます。

このような課題はありませんか？

- ✓ 他業種とのコラボ企画検討にあたって決め手がほしい
- ✓ 広告出稿先を探すにあたり、媒体と相性の良い商品のあたりをつけたい

SaaSで解決！

ターゲットと親和性の高い ジャンル・商品を抽出

ブランド名	A/B(※)	分析対象(A)		比較対象(B)	
		回答率：71.40%		回答率：65.63%	
		%	N	%	N
飲料A	0.91	22.50	542	24.65	3924
飲料B	1.20	19.59	472	16.37	2607
飲料C	2.62	9.67	233	3.69	588
飲料D	2.39	5.06	122	2.12	337
飲料E	0.48	4.23	102	8.86	1411
飲料F	1.13	3.99	96	3.53	562
飲料G	1.18	3.40	82	2.88	459

ターゲットの好きな商品のデータをランキング形式で閲覧でき、様々なジャンルで**相性の良い**商品ブランドを見つけられます。コラボ先の選定や広告出稿商品を選定する際の根拠データに利用することが可能です。

新たな知見・気づきを得られる



bdbでは約130項目の豊富で幅広いジャンルの商品・メディア・アーティストなどのデータを所持。これまでに候補にあげたこともなかった新たなカテゴリやジャンルと親和性が高いことがわかるなど**知見・気づき**を得られ、貴社独自の提案に繋がります。

このような課題はありませんか？

- ✓ 大手クライアントへの継続提案用の詳細データベースを作りたい
- ✓ 自社の独自クラスタ・セグメントのライフスタイルが知りたい

SaaSで解決！

調査結果をデータベースに追加可能

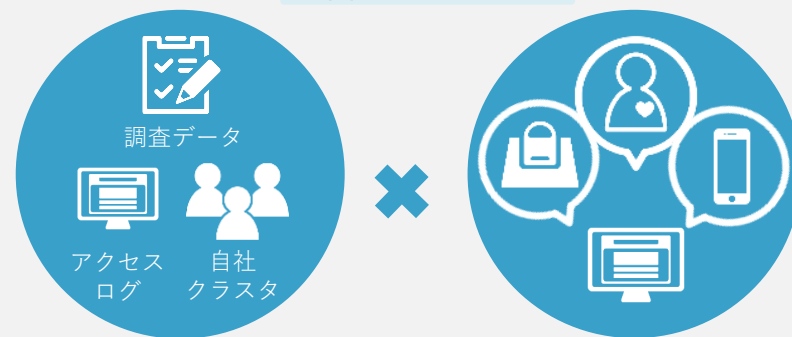


調査データ

bdbデータベース

ブランドデータバンクで聴取していない商品・価値観・デモグラフィック情報を、モニタに追跡聴取してデータベースに取り込み、**貴社専用データベース**としてご利用いただけます。

様々なデータ×ライフスタイルの分析をお手元で



様々なデータ

bdbデータ

貴社でお持ちの重要な指標やクラスタ・セグメント、デジタルログなど、フラグ化可能な**様々なデータ**をデータベースに追加可能です。ブランドデータバンクで聴取している価値観・ブランドデータと紐付けることで、よりデータ活用・分析の範囲が広がります。

このような課題はありませんか？

- ✓ インターネットリサーチをしたいがコストは抑えたい
- ✓ スピーディーにリサーチ結果を入手したい

bdbMillで解決！

設問数・回収サンプル数を抑えて調査可能



bdbデータベース



設問・対象者を抽出

ブランドデータバンクで聴取している設問でリサーチ対象者をあらかじめ絞り込むことで、**対象者抽出のための設問や回収サンプル規模を最小限**にし、リサーチコストを抑えることができます。

調査スケジュールを効率化できます



bdbデータベース



スクリーニング



本調査

既存モニタへ追跡調査を行ったり、**既存のデータベース情報**を利用することで、対象者抽出のためのスクリーニング調査が不要となり、スケジュールを効率化できます。

このような課題はありませんか？

- ✓ リサーチでターゲット像を深堀りしたいが、コストは抑えたい
- ✓ 自分の手元で調査結果 + bdbデータを集計・分析したい
- ✓ インタビュー対象者のプロフィール情報をリッチにしたい

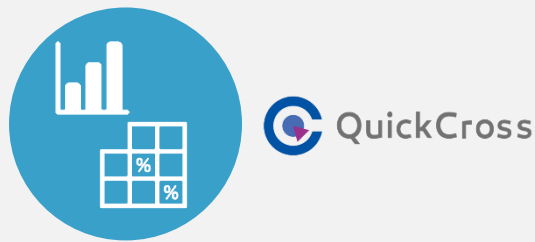
bdbMill + マッチングで解決！

設問数を抑えて調査が可能



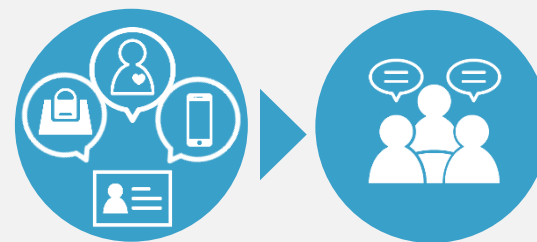
既存モニタに追跡調査を配信することで、**追跡調査結果にbdbデータベース情報をマッチング(紐付け)**することができます。データベースで保有していない項目のみ聴取することで、追跡調査での設問数を減らし、**コストが抑えられます。**

Quick CROSSで集計・分析



追跡調査結果にbdbデータベース内のすべての情報から必要な項目を選んでマッチングすることができます。マッチングデータは「マクロミル専用集計ソフト Quick CROSS」形式でご納品し、**お客様のお手元で様々な切り口での集計・分析が可能です。**

定性調査にbdbデータをマッチング



グループインタビューやデプスインタビュー、CLTなどの定性調査にも**bdbデータベース情報をマッチングすることが可能です。**対象者のプロフィール情報をリッチにすることで、インタビュー内容以外の生活環境や価値観など、より対象者を理解した上で定性調査が進められます。

このような課題はありませんか？

- ✓ コストを抑えて、自社独自のデータベースを構築したい
- ✓ 自社サイトのログデータを軸にいろいろなデータを分析したい

ローデータ販売で解決！

過去15年以上分のローデータをご提供



ブランドデータバンクで2004年から聴取しているすべての回答データを**ローデータ形式で販売**しています。過去から現在までのデータ推移を把握できることに加え、新たに調査をするよりも**コスト・スケジュールを効率化**することが可能です。

DMP連携・AI学習にも利用可能



自社サイトのログデータや購買データとブランドデータバンクの設問を組み合わせで**DMP（データマネジメントプラットフォーム）**を構築すれば、マーケティングデータの一元管理・分析が可能です。**AI**にディープラーニングさせるための**学習データ**としてもご活用いただけます。

このような課題はありませんか？

- ✓ 自社ユーザーが高年齢化して、若年層が獲得できていない
- ✓ 時代や顧客のニーズの変化に対応していきたい

プロフィールで解決！

ユーザーを時系列で比較・分析

2010年

2020年

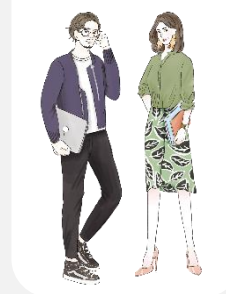


ブランドデータバンクは2004年から半年ごとにデータを蓄積しており、過去のブランドユーザーと現在のブランドユーザーを時系列で比較することが可能です。

時代ごとのユーザー像を明らかに

2010年

2020年



時系列での変化を追いかけることで、世代間の変化やブランドユーザーの伸長／低下などの動向を見るとともに、各時期ごとのユーザーの特性をあぶり出します。

未来予測・今後の戦略材料に

過去～現在



20XX年



各時期のユーザー特性の変化、時代の流れを分析することで、今後どのように市場が変化するかを予測し、ブランド戦略の見直しのための基礎資料としてご活用いただけます。

このような課題はありませんか？

- ✓ リサーチでターゲット像を深堀りしたいが、コストは抑えたい
- ✓ 自分の手元で調査結果 + bdbデータを集計・分析したい
- ✓ インタビュー対象者のプロフィール情報をリッチにしたい

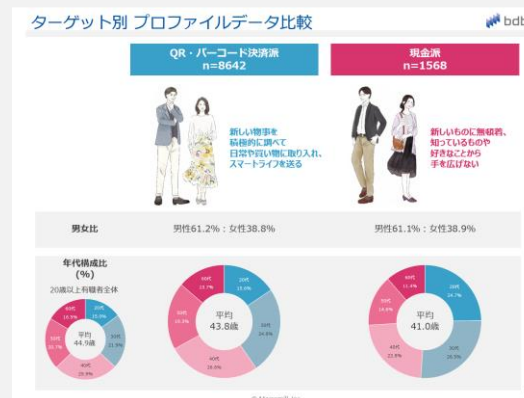
プロフィールで解決！

仮説立案の基礎資料として活用



ターゲット層を属性などで細分化し、ライフスタイルや嗜好性にどのような違いがあるのかを見ることができ、**仮説立案の基礎資料**としてご活用いただけます。

競合分析による差別化



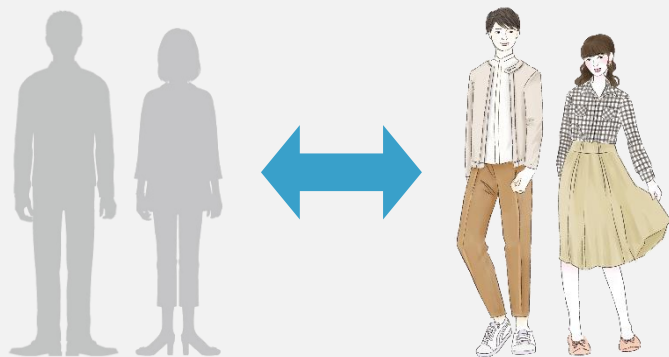
豊富なブランドデータを有するブランドデータバンクなら、安価でスピーディに競合把握が可能です。先に上市している競合ブランドユーザーを分析することで、**差別化戦略を取りやすくなります。**

このような課題はありませんか？

- ✓ 自社ユーザーの人となりを把握し、今後の改良や広告戦略に活かしたい
- ✓ 商品が当初のターゲットに刺さっているのか確かめたい

プロファイルで解決！

商品開発当初のターゲットイメージと
実際のユーザーとのギャップを確かめる



何が好きで、どこに行って、何にお金を使うのか。
ユーザーの人となりを幅広く見ることで、
商品開発時には想像できなかったユーザーの嗜好性が
把握できます。

ターゲット層に効果的な
プロモーションを探りたい



普段ユーザーがどんな情報を信頼し、接触しているのか、どのような生活を送っているのかを知ること、
ユーザーに合った広告戦略を立案することが可能です。



Innovative insights for all

株式会社マクロミル

フリーコール：0120-096-371