

配る前にどちらのチラシがいいですか？このチラシどう思います？と消費者に聞いてしまうサービス
～オリコミサービス チラシのクリエイティブリサーチ「WHICH/HOW」を提供開始～

株式会社オリコミサービス（本社：東京都中央区、代表取締役 長屋 和男）は、チラシの、クリエイティブリサーチサービス「WHICH/HOW」を2018年12月より新たに提供開始しました。

・背景：チラシクリエイティブの課題

紙のチラシの活用は、ビジネスやサービスの種類によっては、今も変わらず、効果を上げ活用されているツールでもあります。ただ、情報のデジタル化の流れで、人がそれにどのように接触したか、どのような態度変容を起こしたかは、知る手段が少なく、チラシは配ってみて、その配り方・クリエイティブをまとめて、来店や、購買のレスポンスでしか、そのチラシの良し悪しを判断する手段がありませんでした。

デジタルの世界では中間指標を持って改善をしていくことで、より効果を上げるために中身を変えていくことが一般的ですが、それをアナログのチラシで実施する場合、配布をするコストをかけなければいけない場合が多く、2種類のチラシがどう受け取られるか、条件を揃えて検証することが難しいような実情があります。

その課題を解決するために、今回の「WHICH/HOW」のサービスをリリースすることになりました。

・「WHICH/HOW」について

本サービスは、クロス・マーケティンググループの100%子会社のディーアンドエム協力のもと、その調査システムを活用して調査を実施します。約500万人の消費者モニターにチラシのクリエイティブアイデアを提示し、“チラシをどう思うか”“商品を買いたいか”“どの要素が良かったか”、といった反応や理由を、クイックに聴取することが可能です。予め保有している2,000項目を超えるセグメントを用いて、1件あたり100,000円～、最短3営業日（発注から納品まで）で実施可能です。



原稿を比較して選んでもらうことが可能。



部分的に選んでコメントを集める質問も。



どこに目が行くか、そこに対しての感想などを見ることができます。

企業の販売促進担当者の方、制作会社、印刷会社の制作部門の方から広告代理店の方まで幅広くご利用可能です。

<WHICH/HOW>とは

● 2つのテンプレートを用意～極力シンプルに2つのテンプレートで結果を明確にします～

WHICH/チラシクリエイティブ案の2つを比較するアンケート。

HOW/1つのチラシクリエイティブについてどう思うか、構成する要素の中で気になるところがあるか。どう感じたか。

● 調査対象については細かいターゲティング設定が可能

最大2,000項目を超える属性からターゲティングが可能です。

サービスや商品のターゲットに合わせ、クリエイティブテストを行うことができます。例) 新聞を取っている人、普段最も使っているスーパーマーケット、通信販売で商品を購入される方、健康に興味があり、トヨタ社の自動車を新車で購入した方など

● 調査結果を即時に分析

納品後の調査結果は、Web画面上で即時確認ができます。また、調査結果は全体値の集計だけでなく、性別、年代別をはじめ、評価の良し悪しなど、クリエイティブを判断するうえでポイントとなる項目で自由に分析を行うことが可能です。

● 発注から納品まで最短3営業日で

一般的な調査では、発注から納品まで2～3週間かかります。また広告クリエイティブA/Bテストでも同様効果判定まで最低でも2～3週間は必要なのが一般的です。「WHICH/HOW」では、発注から納品まで、最短3営業日に対応可能です。

■会社概要

商号 : 株式会社オリコミサービス
代表者 : 代表取締役 長屋 和男
所在地 : 〒104-0061 東京都中央区銀座6-13-16 銀座ヒューリックウォールビル6F
設立 : 1973年3月1日
事業内容 : 新聞折込広告及び各種広告の企画・制作・実施
販売促進及び広告宣伝に関する企画・制作・実施
マーケティングリサーチ及びシステム企画・開発・販売
貨物利用運送事業法による第一種貨物利用運送事業
資本金 : 9,000万円

本件に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。
株式会社オリコミサービス 営業推進部 03-6734-7160