

インテグレートとカンター・ジャパンが業務提携

理想のパーセプション(認識)を実現する IMC(統合型)マーケティングサービスの提供を開始

株式会社インテグレート(本社:東京都渋谷区、代表取締役 CEO:藤田康人、以下、インテグレート)と、株式会社カンター・ジャパン(東京本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 CEO:大竹秀彦、以下、カンター・ジャパン)は業務提携し、IMC(統合型)マーケティングサービス「Brand Perception Management (ブランド・パーセプション・マネジメント、以下 BPM)」の提供を10月1日より開始いたします。

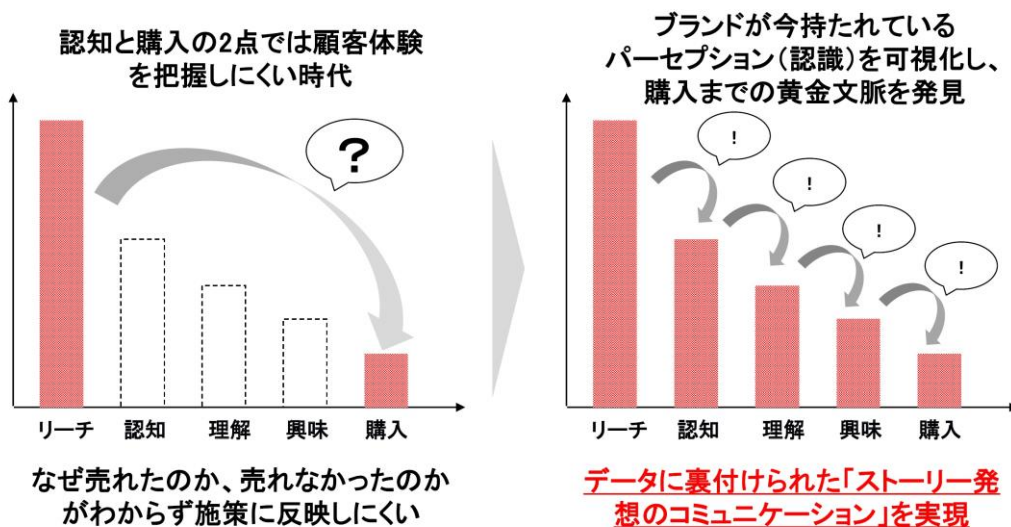
本BPM(ブランド・パーセプション・マネジメント)のサービスでは、

- ・インテグレートが強みとする、消費者のパーセプション(認識)を基本としたマーケティング戦略設計と実施
 - ・カンター・ジャパンによる、消費者や市場のインサイト、さらに施策手段やその質を継続的に捉える評価手法
- それぞれを相互に連携することで、消費者の新たなパーセプション(認識)を形成し、市場を創造するためのストーリー作りと戦略の実施、さらに継続的な効果検証までを一気通貫でご提供します。このPDCAをまわすことで、「売れ続ける仕組み」を最も効果的に創ることを目指します。

◆背景

ブランドや商品が認知をされただけでは購買に繋がりにくい現代。しかし、マーケティングの現場においては、未だ「何人に認知されたか」というリーチと、「何個売れたか」という購買の地点でしか、調査やコミュニケーション施策の評価が行われないことが多くあります。

しかし、消費者の「行動」だけではなく、頭の中にある「パーセプション(認識)」の変化をすべての過程で捉え、それを基点にマーケティング戦略を設計することが、購買行動が多様化・複雑化した現代では必要とされています。



◆BPM(ブランド・パーセプション・マネジメント)の流れ

本サービスでは3つのフェーズを循環させることにより、継続的なパーセプション(認識)の構造理解と、それを基にした最適な施策展開というPDCA サイクルを実現します。

アセスメントフェーズ:

消費者の現状のパーセプション(認識)を可視化し、現状の理解とそれを基点とした戦略を策定することが重要です。

両社の知見による調査を通し、買っている人が至っている認識のプロセスと、買っていない人の脱落ポイント(ボトルネック)となっている要素を各段階で洗い出し、その差分から黄金文脈やコミュニケーションにおける大きな変化を実現するポイント(レバレッジポイント)を発見。消費者の認識を変化させ、購買へ導くストーリーを描きます。

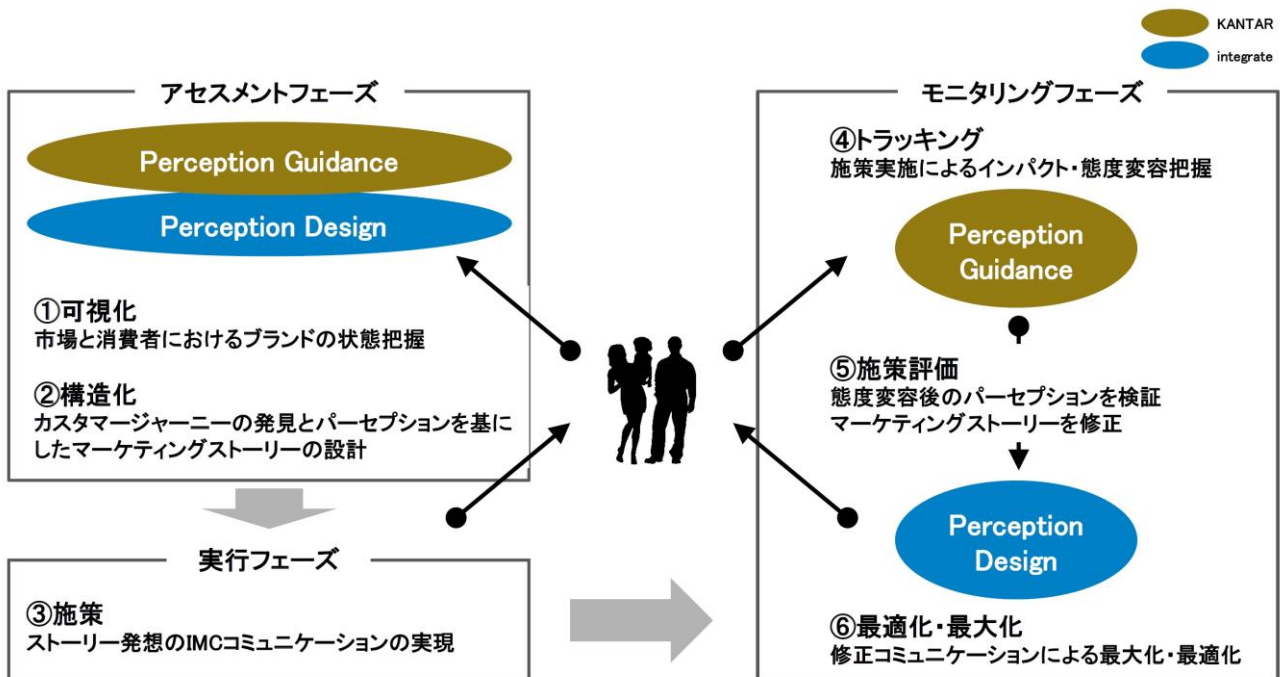
実行フェーズ:

「どのタッチポイントで」「誰が」「どう伝える」とパーセプション(認識)が転換し、行動してもらえるのか。消費者だけでなく、関連する有識者・メディア・流通などのインサイトも踏まえ、最適なコミュニケーション戦略を設計します。特定のメディアやメソッドに捉われることなく、各施策特性に応じて発信内容や発信時期をコントロールしながら、最も効果的な意識変容・行動変容を図る情報発信を行います。

モニタリングフェーズ:

施策を打った後、コミュニケーションの手段やその質をモニターすることも忘れてはなりません。ダッシュボードでは、ブランドや商品の市場規模や施策の成熟度に合わせて、目標指標の構成やアラート機能をパッケージにして可視化。市場トレンドの変化も踏まえて、次の施策に向けてのマーケティング課題を常に明らかにします。

BPM(ブランド・パーセプション・マネジメント)



◆ダッシュボード Perception Guidance について

BPM(ブランド・パーセプション・マネジメント)の Perception Guidance では、主に 3 つの要素をダッシュボードに組み込みます。これらの要素は、クライアントのカテゴリやブランドの状況に応じてカスタマイズして提供いたします。

ファネルダッシュボードとは: Perception Design によるマーケティング戦略の実施が、効果として現れているかを、週単位で可視化するダッシュボード。

Perception Design によって得られる戦略的指標、および、カンターが知見として重要と認識している指標について、週単位の実査で継続的に変化をトラッキングします。週単位でデータポイントを取得することでクロスメディア調査や販売との関係性を明らかにする分析をモジュールとして追加することも可能になります。

【例】 機能性商品の場合、商品ブランドのファネルを構築するだけでなく、その商品が応える生活欲求を創出することも重要です。その場合のファネルが図1のようにデザインされたと仮定すると、ファネルダッシュボードでは、このファネルが週単位でどのように推移しているかを可視化。(図2)これにより、BPM における各活動が狙い通りに 消費者の認識に落ちているかを理解できます。さらに、ダッシュボードにはフィルタ機能があるため、以下の結果を、問題認識や解決欲求を持っている消費者に絞って見ることも可能です。

図1

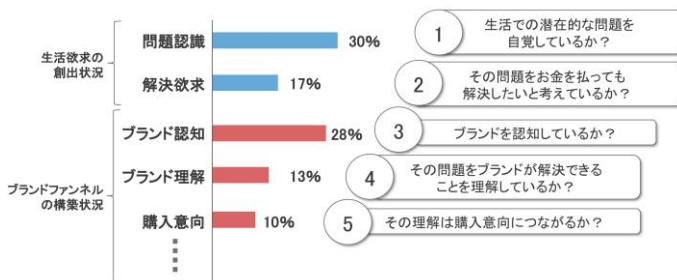
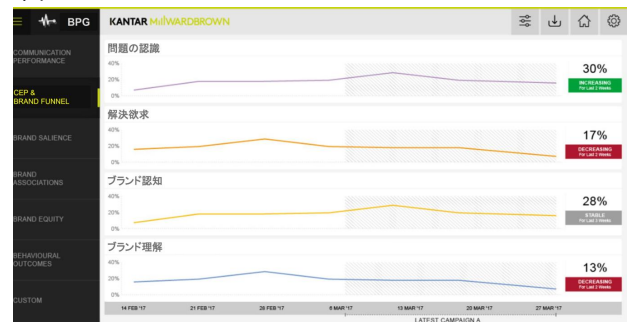


図2



アラートダッシュボード(オプション)とは:

ビジネスを持続的に成長させるためには商品ブランドに対する「記憶の鮮度」を維持しなくてはならない、というカンターの知見に基づき、短期的なマーケティング活動による「記憶の鮮度」が成長に必要なレベルを維持できているかを可視化し、適宜アラートを出すダッシュボード。

ソーシャルメディアや検索ボリュームのデータをアンケートデータと組み合わせることで、複眼的に BPM(ブランド・パーセプション・マネジメント)活動への反応を捉えることも可能にします。(図3)

ブランドエクイティダッシュボード(オプション)とは:

十分市場に浸透したブランドや成熟したカテゴリは、現在の販売シェアと共に成長性や収益性が重要となり、それらに向けて、カンターのブランドエクイティ評価(MDF)モデルを提供するダッシュボード。(図4)このブランドエクイティモデルは、MASB(マーケティングアカウントビリティ規格委員会)による MMAP 審査プロセスを経て、「MDF 指標が企業の財務実績につながる」という認定を取得しています。詳しくは[こちら](#)
参照:カンターのブランドエクイティ評価(MDF)モデルについては[こちら](#)

図3

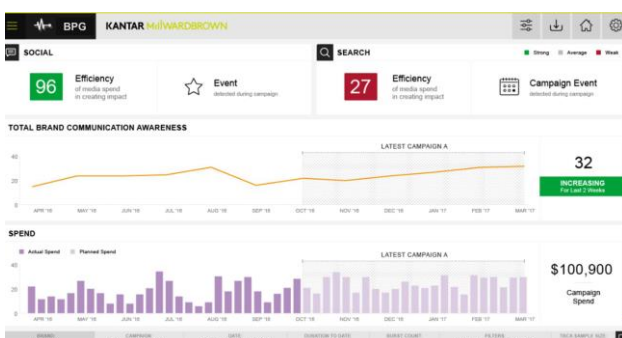
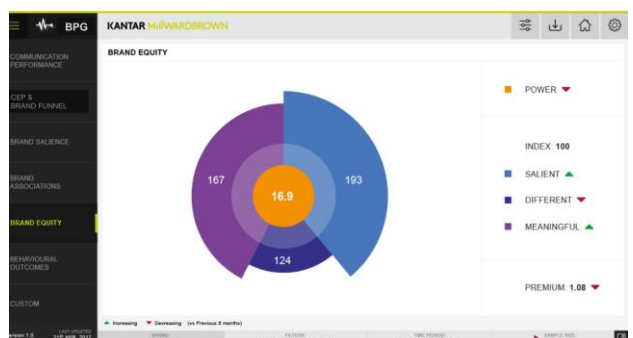


図4



◆セミナーのご案内

本件に関し、下記セミナーでもお話をさせていただく予定です。

タイトル：『顧客視点でのマーケティングストーリーづくり【実践編】～マーケティングダッシュボードの活用～』

主催：日本マーケティング協会

日時：2018年10月22日(月) 14:30～17:30

場所：日本マーケティング協会 東京本部（東京都港区六本木3丁目5-27 六本木 ヤマダビル 9F）

【詳細/参加申し込みはコチラ】 <https://www.jma2-jp.org/event/seminar/20181022>

◆株式会社インテグレート 会社概要

- 【社名】 株式会社インテグレート
- 【代表者】 藤田 康人(代表取締役 CEO)
- 【所在地】 東京都渋谷区千駄ヶ谷 1-20-1 パークアベニュー
- 【設立】 2007年5月1日
- 【資本金】 3000万円
- 【Webサイト】 <http://www.itgr.co.jp/>
- 【事業内容】

IMC(Integrated Marketing Communication:統合型マーケティング)を専門的に実践するプランニングブティック。コンサルティング会社とPR会社を傘下に持ち、従来の戦略コンサルティング会社、広告代理店、PR会社ともまったく違った新しい業態を創り出している。販売や集客、商品企画などマーケティング領域に特化し、調査分析に基づいた事業シナリオ設計から、マーケティングストーリー設計およびPR・AD・SP・デジタルなど具体的なコミュニケーション施策の実行支援(エグゼキューション)までワンストップで提供している。

◆株式会社カンター・ジャパン 会社概要

- 【社名】 株式会社カンター・ジャパン(KANTAR JAPAN)
- 【代表者】 大竹 秀彦(代表取締役社長兼 CEO)
- 【所在地】 東京都渋谷区代々木 2-1-1 新宿マインズタワー6F
- 【Webサイト】 <https://www.kantar.jp>
- 【事業内容】

世界最大規模の広告代理店「WPP」の調査・コンサルティング業務を担う「カンター・グループ」に属し、日本では50年以上の歴史があるマーケティング・エージェンシー。有用なインサイトを調査データから導きだし、社内外に存在する様々なデータと組み合わせることで、適時適切な「経営/マーケティング判断」を行うための「ソリューション」と「専門的なアドバイス」を提供している。また、約100か国で展開する「カンター・グループ」の日本市場における代表として、グローバルの新しい知見や効果的な手法の国内導入を積極的に行い、「ビジネス機会の評価」から「製品・ブランド戦略の立案」、「マーケティング施策実行・支援」まで、海外調査も含めた「ワンストップサービス」を強みとしている。

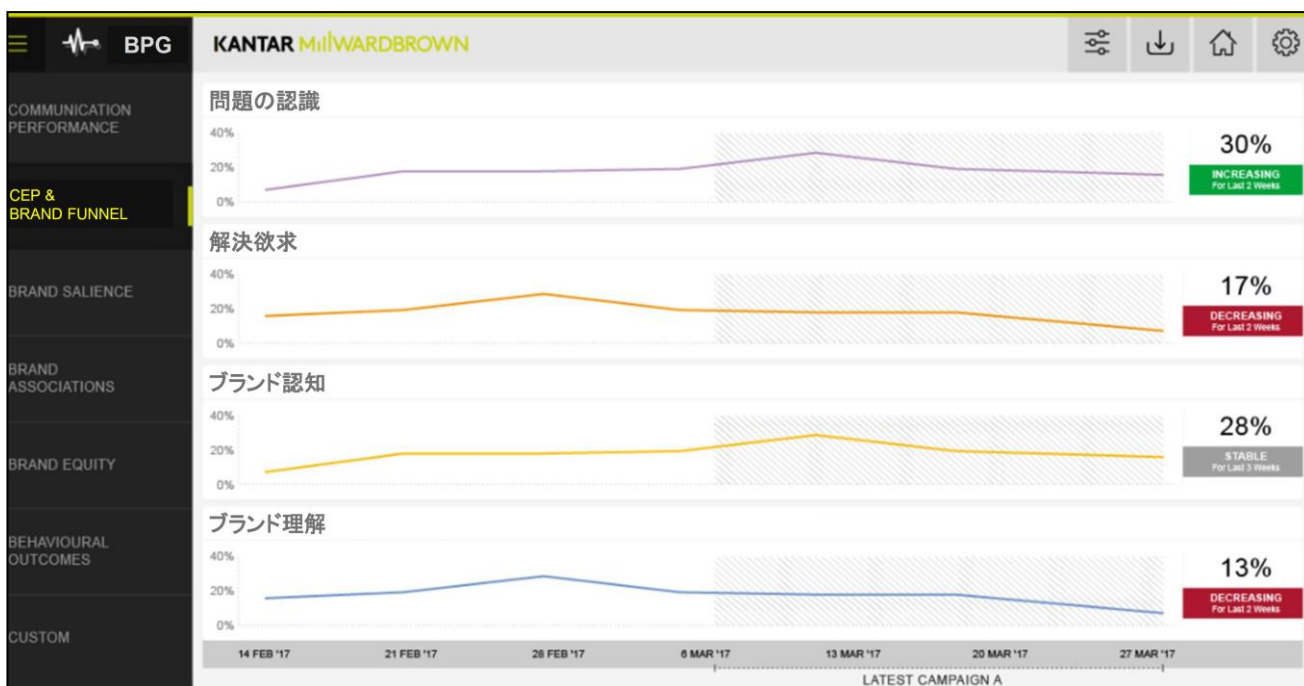
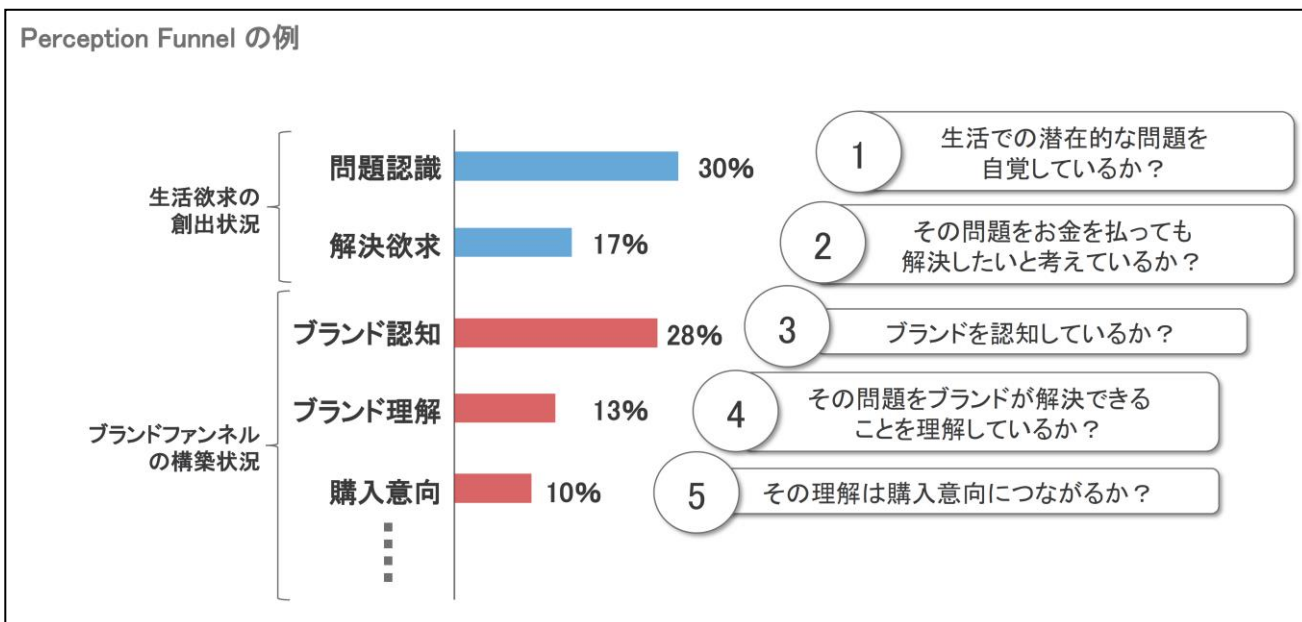
〈本件に関するお問い合わせ先〉

株式会社インテグレート 担当:菊田・小暮

TEL:03-5771-5514 FAX:03-5771-5524 MAIL:pr@itgr.co.jp

株式会社カンター・ジャパン 担当:川井・岡崎

TEL:03-6859-5300 MAIL:Marketing@kantar.com



ダッシュボード Perception Guidance 挿入図一覧

