

IPSOS X U'EYES DESIGN COLLABORATION

顧客のコンテキストを含めて理解し、最適なUXをつくります

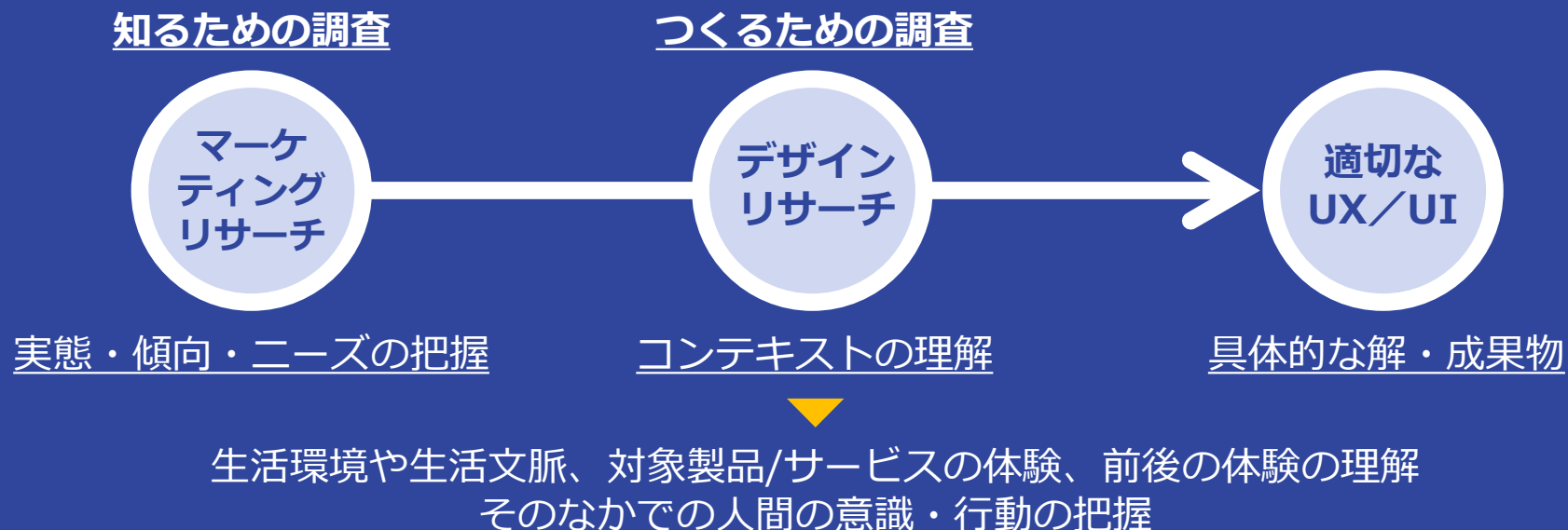
人間中心設計（Human Centered Design=HCD）の考え方をベースに、市場・顧客の傾向を把握する**知るためのリサーチ**から、対象製品/サービスのコンセプトや要件抽出をする**つくるためのリサーチ**まで、**一気通貫**で支援いたします



フランス・パリで設立され90か国に拠点を持つ、世界最大規模のマーケティングリサーチ会社



日本における“人間中心のデザイン(設計)”を牽引する、他に類を見ないデザインリサーチ・コンサルティング会社



市場・顧客の傾向把握



定量的にユーザー像を把握

- U&A、ジャーニー
- ユーザーセグメンテーション
- ロイヤルティとドライバー分析
- ニーズ探索

顧客の理解・体験のデザイン



観察・リスニングによる コンテキスト理解

- 行動観察
- コンテキストインタビュー
- エスノグラフィ調査
- ダイアリー調査



ユーザ像・体験の可視化 提供価値・アイデア展開

- デザインワークショップ
- ジャーニーマップ
(AsIsCJM / ToBeCJM)
- ペルソナ、シナリオ
- アイデア展開

反復する



価値を確かめる コンセプト評価

- コンセプト評価、需要予測
- シナリオ共感度評価
- ペーパープロトタイプ
- 専門家評価

UX/UI
具体化

UNDERSTANDING



ユーザープロフィール

デモグラ等の基本情報を聴取し、ユーザープロフィールに使用します

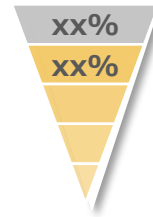
- ✓ 年齢、性別
- ✓ 家族構成
- ✓ ライフステージ
- ✓ 世帯年収
- ✓ 職業
- ✓ 趣味、レジャー
- ✓ 接触メディア
- etc.



U&A / ジャーニー

カテゴリーの利用実態や購入・利用体験を包括的にカバー。各フェーズでの消費者の満足度も理解します

- ✓ カテゴリー利用実態
- ✓ タッチポイント
- ✓ 購入チャネル
- ✓ 重視点
- ✓ 次回購入意向
- ✓ 満足度
- etc.



ユーザーセグメンテーション

市場を細分化して、セグメントごとのニーズ理解に役立てます。ターゲットセグメントの策定をし、ペルソナ策定の基礎資料とします



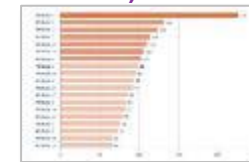
ニーズの相対比較評価エクササイズによってクラスタリングを実施することで、ニーズの違いが明確になったセグメンテーションを出力します



ロイヤルティとドライバーの理解

推奨意向の指標を用いてロイヤルティを理解し、ロイヤルティを高めるのに貢献する「体験」を分析します

DERIVED IMPACT SCORES
(the “WHAT”)

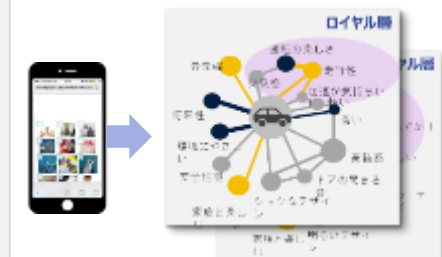


STRUCTURAL MAP
(the “HOW”)



ニーズの探索的アプローチ

投影法により、直感的かつ非構造的なニーズの探索をします。200枚の画像からニーズやモチベーションを表すものを選択し、自由回答で自身を表現してもらいます



顧客の理解・体験のデザイン



ユーザーコンテキストの把握

対象者の実態を生活環境や利用状況を込みで調査して利用文脈（コンテキスト）を把握し、要件抽出の基礎資料とします

- ✓ 行動観察
- ✓ ダイアリー調査
- ✓ コンテキスト・インタビュー



ユーザー像・ユーザー体験の可視化

ペルソナとサービスケースごとに、現状の顧客体験をカスタマージャーニーマップ（AsIs-CJM）としてまとめます

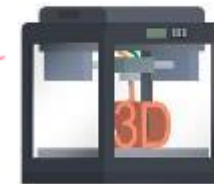


共創型ワークショップを実施します



提供価値の設定とアイデア展開

AsIs-CJMをもとに、顧客に提供する価値と、理想の顧客体験となるカスタマージャーニーマップ（ToBe-CJM）を描きます。MVPやシナリオを作成し、大まかなサービス・機能のアイデアを展開します



価値を確かめる・コンセプト評価

検討したサービスや機能がターゲットユーザーに受け入れられるか、シナリオや試作を使って評価します。また、ターゲットユーザーの反応を定量化して、新しい製品／サービスコンセプトのポテンシャルを確認します

アーキタイプ
アイデアのプロファイル診断



future of mobility

THANK YOU

詳細につきましては
お気軽にお問い合わせください

十森 美紀子 Mikiko Tomori

Ipsos Automotive & Mobility

mikiko.tomori@ipsos.com

03-6867-8115

GAME CHANGERS

