

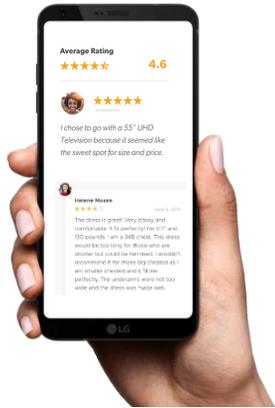
製品レビューをマーケティングに有効活用できていますか？

Product Intelligence

E-commerce reviews Analysis

ECサイト上にある膨大なレビューには消費者が製品を使用して感じた直感的で詳細、そして自発的なフィードバックが多く含まれています。このようなレビューをただ「見る」「読む」だけでなく、製品テストという視点から分析することで、マーケティングに有用な示唆が得られます。

Product IntelligenceはECサイトの製品レビューをデータとして収集・分析し、実際の市場における製品のパフォーマンスを測るための手法です。



こんな課題をお持ちのクライアント様に、

- 市場に出ている製品に対する消費者の自発的な評価を知りたい
- 製品の改良ポイントや改善のヒントが欲しい
- 予算や時間の関係から本格的な調査は難しいため、簡易・クイックにベンチマークテストを行いたい



消費者の生の声

分析の対象となるのは製品を実際に使用した消費者が発するレビューなので、インタビューやアンケートでは捉えることが難しい消費者の自発的な評価について知ることができます。



大量のデータへアクセスが可能

通常の定量調査ではサンプル数に限りがありますが、過去の履歴を含んだ膨大な量のデータへアクセスが可能です。



製品の強みと弱みを特定できる

ECサイトのレビューは良い点と悪い点について極端なコメントが集まる傾向にあります。よって製品の特長として積極的に注力していくべき部分や、改善が必要な部分を特定することができます。また製品不良などが生じている場合に発見することも可能です。



クイックに競合製品との比較が可能

従来型の製品調査に比べ調査の工程が少ないため、期間も短く費用も安くベンチマークテストが実施できます。また競合製品のみでの調査も可能です。



イプソス株式会社 | 担当: 井出 | 03-6867-8193 | JP-SIA@ipsos.com
〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13 ヒューリック神谷町ビル
<http://www.ipsos.jp>

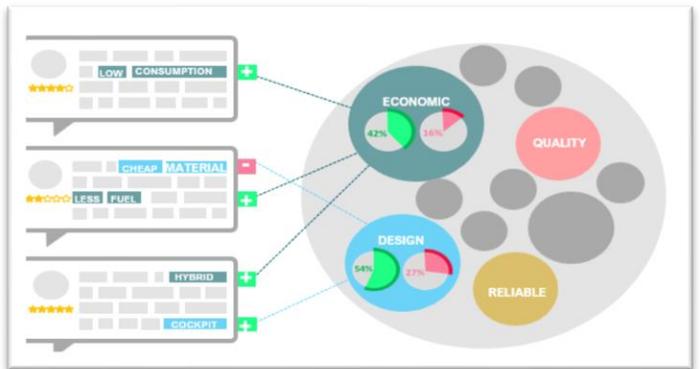
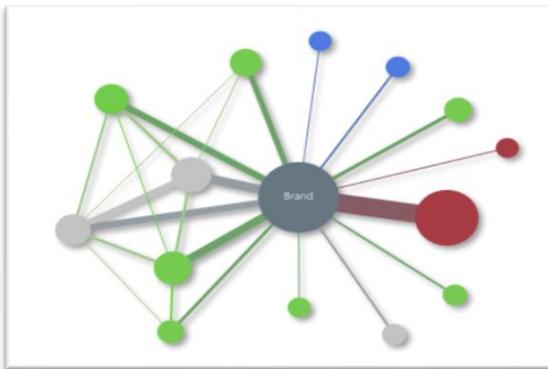
AIによって大量のレビューコメントを分析

収集した大量のレビューデータを、機械学習を活用し計量的に処理・分析します。

テキストマイニング

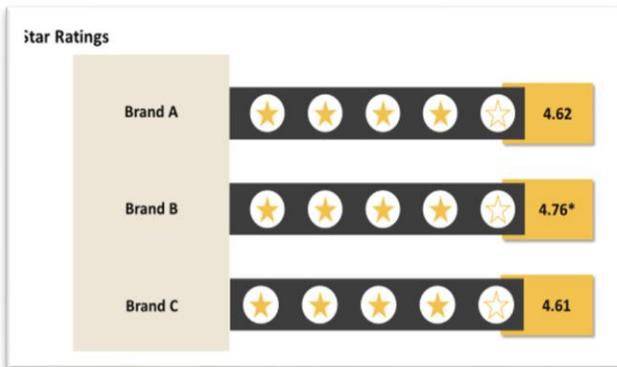
以下の分析を通し、レビューコメントの全体像を可視化します。

- ✓ 言葉の共起関係の検出
- ✓ ポジティブ/ネガティブの判別
- ✓ コメント内容を複数のトピックに分類するトピックモデリング



統計的分析

テキストマイニングによって検出されたトピックとレーティングスコアのドライバー分析を行い、製品全体の満足度をドライブする属性を明らかにします。



リサーチャーが定性的に深掘し、インサイトを抽出

レビューコメントをリサーチャーが定性的に深掘りし、テキスト分析や統計分析では捉えられない文脈や微妙なニュアンスを正確に把握します。



Ipsos SIAに関する問い合わせは下記まで



イプソス株式会社 | 担当: 井出 | 03-6867-8193 | JP-SIA@ipsos.com
〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13 ヒューリック神谷町ビル
<http://www.ipsos.jp>