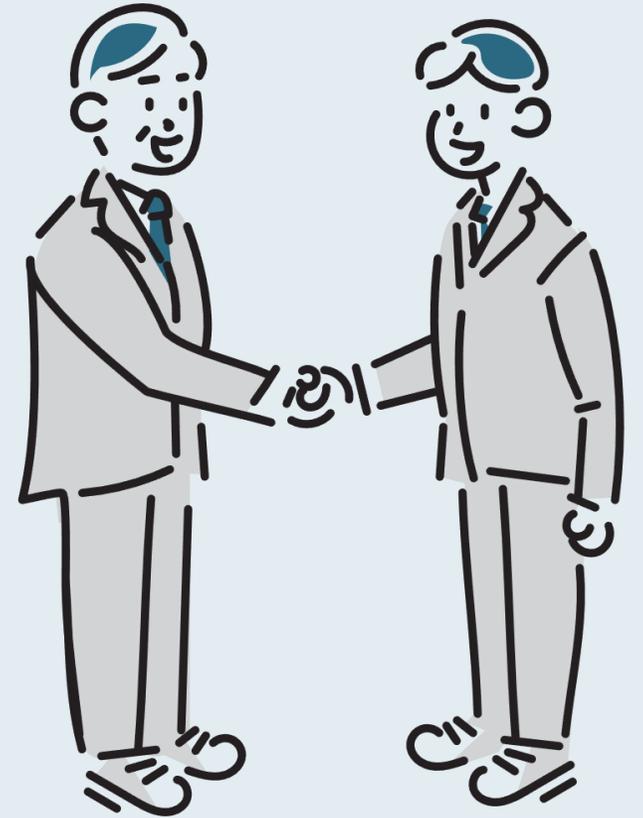


-コンサルティング企業向け-

QIQUMOご紹介資料



株式会社クロス・マーケティング



QiQUMOとは？

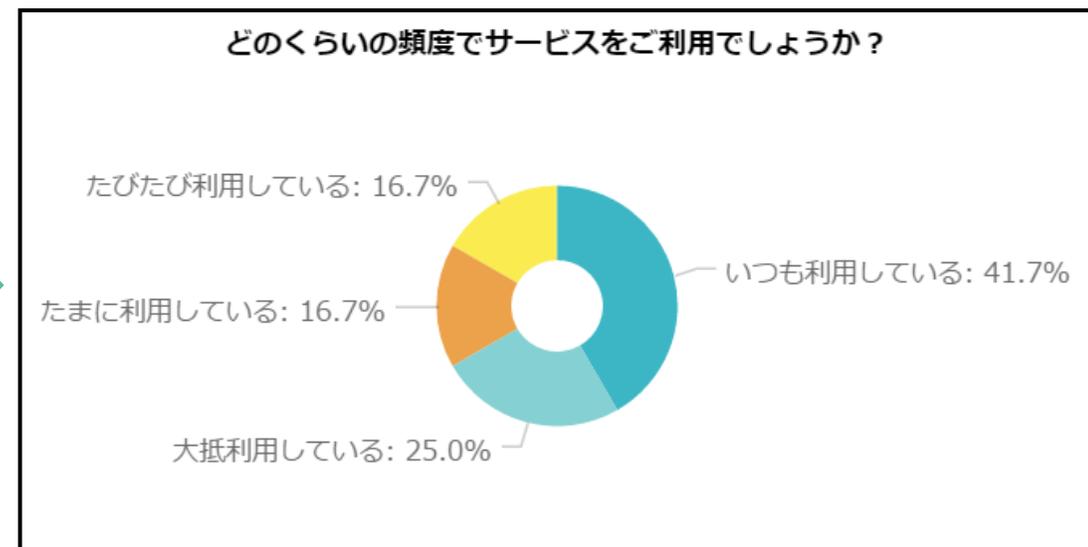
QiQUMO（キクモ）は、アンケート画面の作成や回答の収集を難しい操作なく、誰でも簡単に行えるセルフ型アンケートツールです。

アンケート作成・配信



ドラッグ&ドロップで直感的にアンケートを作成

アンケートデータ完成



回答結果はダッシュボード or ボタン1つでCSVファイルをダウンロード

QiQUMOとは？

下記 3 つの特徴をもつ QiQUMO なら、
貴社の**意思決定のスピード向上**を実現します。

1

 **簡単**



直感的な操作で
簡単にアンケート作成

2

 **速い**



アンケートを開始した
当日中に結果が分かる

3

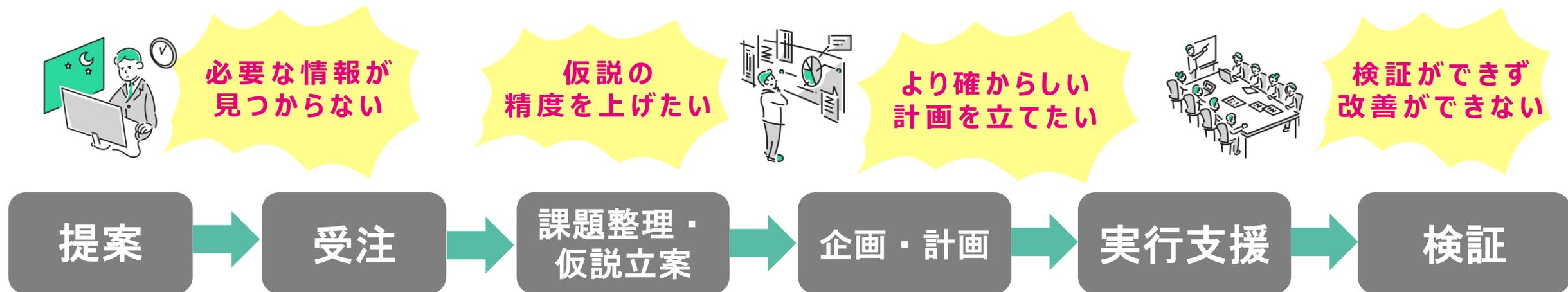
 **安い**



明快でリーズナブルな
料金体系

データ不足による課題

- お客様へのご提案時に、デスクリサーチでは必要な情報がなかなか見つからず時間がかかってしまう
- 市場動向や競合状況を把握できず、ニーズやトレンドに対する理解が不足し、適切な対策が打てない
- 実行後の効果を客観的に測定できず、戦略の改善や修正が困難



コンサルティング会社こそQiQUMO

QiQUMOなら、必要な情報を簡単・安く・早く入手できるので、必要な情報を一般消費者にすぐに聞くことができます。

お客様への提案前に

- ✓ トренд把握調査
- ✓ ターゲット層の実態把握調査



競合他社との差別化に

- ✓ 市場実態把握調査
- ✓ 顧客ニーズ調査



企画・計画時に

- ✓ コンセプト評価調査
- ✓ 商品・サービス好意度調査



効果検証で

- ✓ ブランドリフト調査
- ✓ 広告事前事後認知度調査

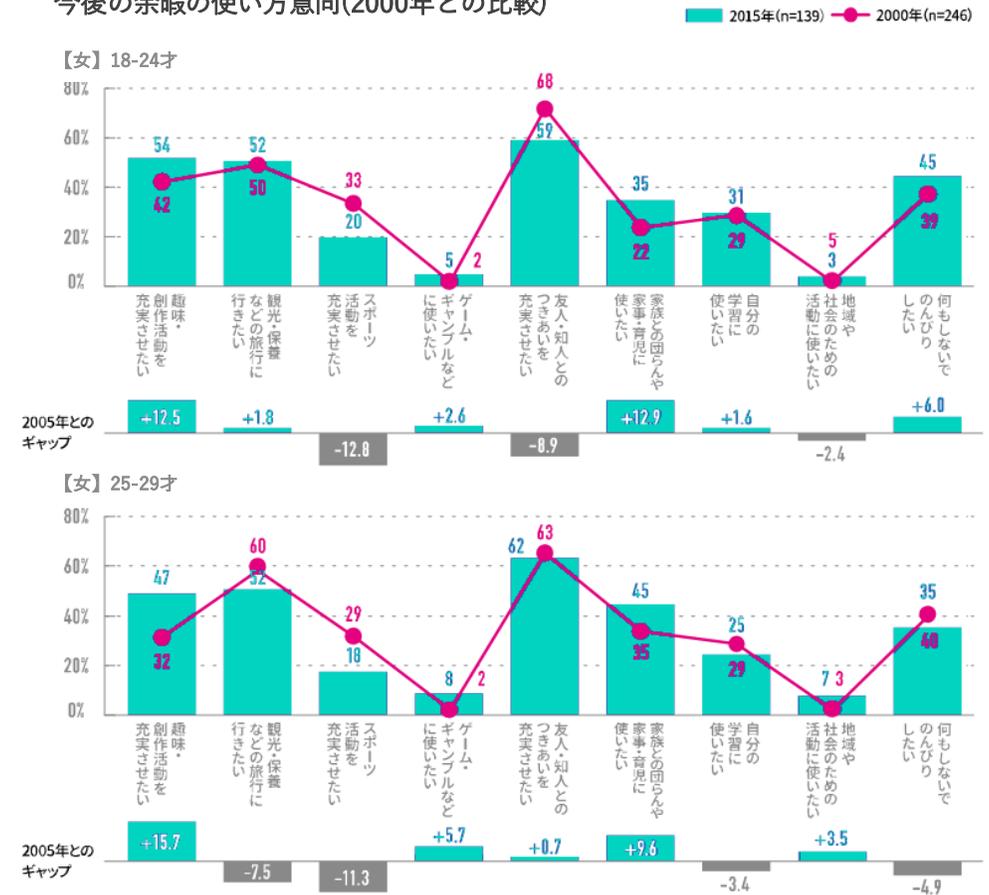


アンケート活用イメージ

お客様への提案前に…

<p>活用シーン</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生活者の価値観や実態を知りたい ✓ 社会潮流の変化を把握したい ✓ 年代別の価値観・行動パターンを集めたい
<p>調査課題</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 世の中の生活者がどのような価値観をもっているのかを明らかにする ✓ どのような生活実態(行動傾向)なのかを明らかにする
<p>活用ポイント</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生活者の意識を年代別に比較 ✓ 基本属性から生活者の傾向をとらえる ✓ 定点で調査を行い、時系列で比較する

今後の余暇の使い方向(2000年との比較)



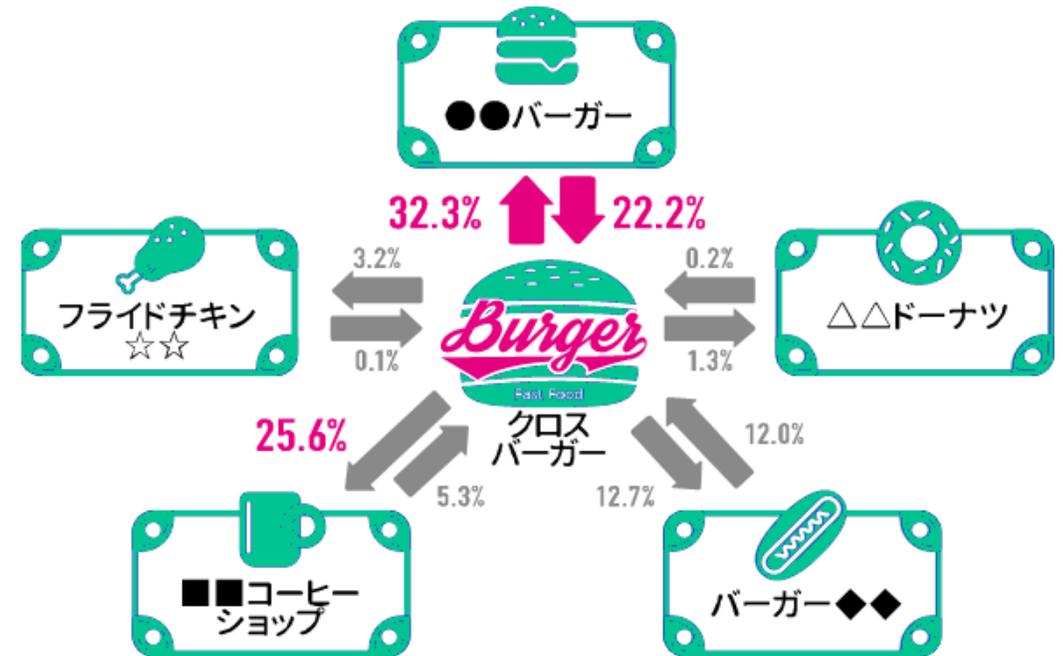
- 18歳から29歳では「スポーツ活動の充実」が低下し、「趣味・創作活動」が上昇。
- 24歳以下は、「友人・知人とのつきあい」が低下し、「家族との団らん」が上昇。
- 「旅行」は、24歳以下では変わりませんが、25-29歳で以前よりもやや低下。

アンケート活用イメージ

仮説立案時に…

<p>活用シーン</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ユーザの利用実態を把握したい ✓ 利用シーンごとにどこが競合か知りたい ✓ ターゲット顧客像を明らかにしたい
<p>調査課題</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客の属性・利用目的を把握する ✓ 各利用目的における競合を把握する ✓ 競合からのスイッチさせるための方策を探る
<p>活用ポイント</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用シーン毎に「候補になった競合」を明らかにすることで流入促進策に役立てる ✓ “売上に大きく貢献している人”の利用目的やプロフィールを分析

「手早く食事を済ませたい」シーンにおける検討率



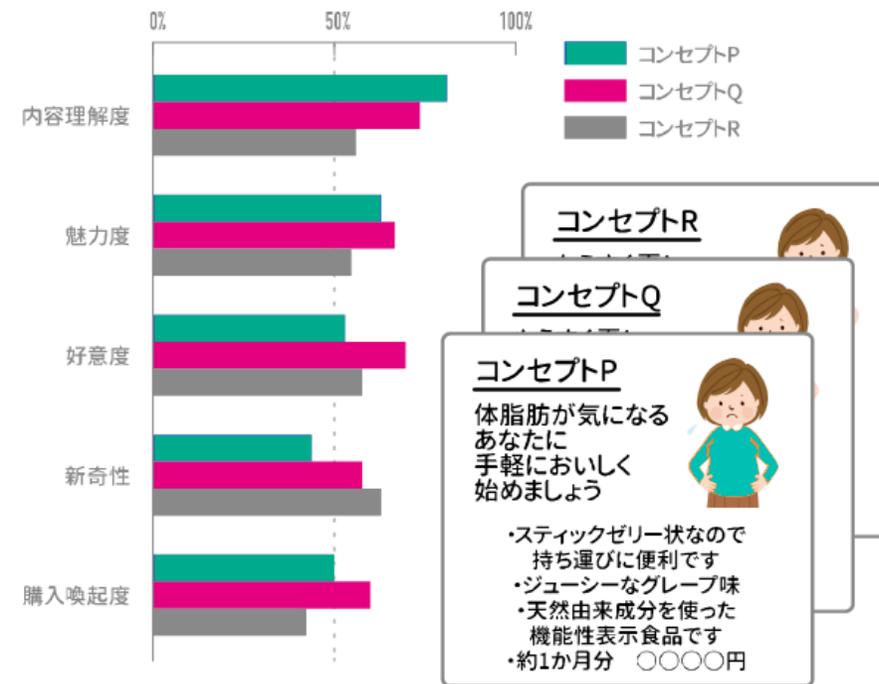
- 矢印→は「手早く食事を済ませたいシーン」で候補になった競合。矢印の近くにある数字は直近利用時に他社を候補にした割合。(クロスバーガーを利用した人のうち、フライドチキン☆☆が候補だった人は3.2%)
- 「手早く食事を済ませたい」シーンでクロスバーガーを利用した人のうち、候補になった割合が高い競合は、「●●バーガー」と「■■コーヒーショップ」。
- 「●●バーガー」利用者も「クロスバーガー」を候補にする割合が高く、相互に競合関係といえる。
- 一方で「■■コーヒーショップ」は「クロスバーガー」が候補になる割合が低く、一方的な競合。流入のハードルが高いため、流出防止策を優先すべき。

アンケート活用イメージ

企画・計画時に…

<p>活用シーン</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 最も高い評価のコンセプトを採用したい ✓ コンセプトのどこが評価されるのかを確認したい ✓ 新商品がどのターゲットに受け入れられるのか知りたい
<p>調査課題</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各コンセプト案の評価を明らかにする ✓ 各コンセプト案の評価理由（コンセプトのどこが評価されたか）を把握する ✓ コンセプト受容者のプロフィールを把握する
<p>活用ポイント</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ コンセプト文を分解し、評価の高いフレーズを訴求ポイントとして活用 ✓ 不適切なコンセプトやアイデアを事前に排除し、失敗リスクを低減

「体脂肪を減らす」機能性食品のコンセプト調査



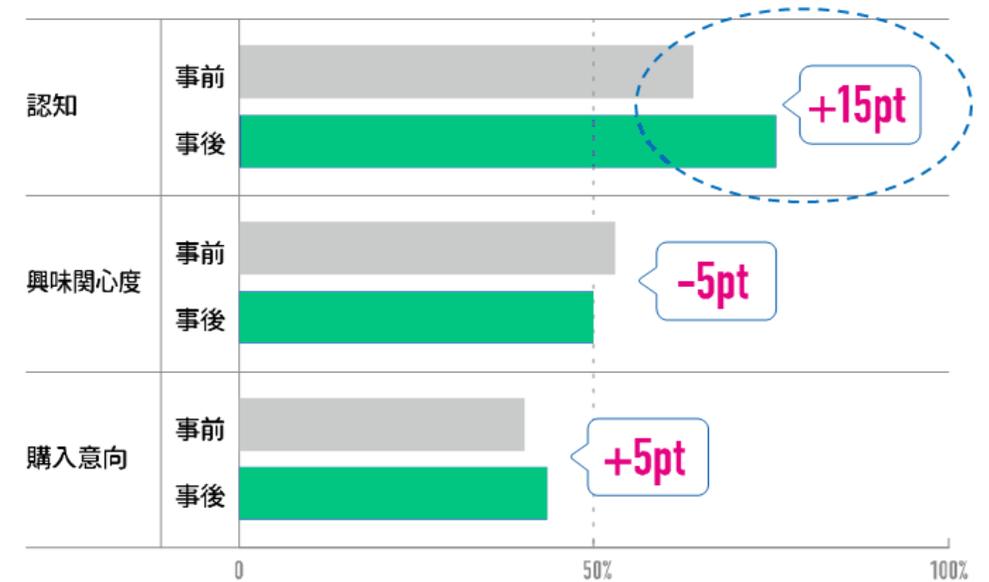
- 総合的な指標となるのは「魅力度、好意度、購入喚起度」ですが、これらはコンセプトQが高くなっています。
- ただ、新奇性はコンセプトRが高く、この新奇性の内容を取り入れられないか検討したいところです。
- 一般的に、評価に差がない場合は評価理由を詳しく見て判断します。評価が想定どおりでない場合は、コンセプト開発フェーズに戻ることも検討します。

アンケート活用イメージ

効果検証で…

活用シーン 	<ul style="list-style-type: none">✓ プロモーションを実施してどういう効果が出たのか知りたい✓ クリエイティブの評価を確認して今後の戦略に活かしたい
調査課題 	<ul style="list-style-type: none">✓ プロモーション前後におけるブランド浸透度の変化を検証する✓ プロモーション前後における「イメージ」の変化を検証する
活用ポイント 	<ul style="list-style-type: none">✓ 事前・事後の、ブランド・製品の「浸透度」を測定し、効果を確認✓ プロモーションの前後でブランド・製品の訴求したいイメージは伝わったかを確認

「クロスソーダ飲料」のプロモーション前後での浸透変化



- 「クロスソーダ」は、プロモーション投下後、認知率が上昇。より市場への浸透が進んだことが読み取れる。
- 興味関心度はやや低下したものの購入意向は微増。一定の関心層には購入意向が喚起できており、プロモーション効果があったといえる。

活用事例①

転職サイト運営企業様：顧客フォロー用資料作成

QiQUMO活用の背景

企業の人事担当者様向けの転職サイトを運営しているA社。既存顧客への定期フォローのために、採用市況を自社データベースから資料化していたが、顧客ごとに情報収集・作成していたので多大な労力が必要だった。

QiQUMOを活用した結果

<p>1 労力削減と時間短縮</p> 	<p>自社データベースから情報を抽出して資料化する作業に多大な労力 ↓ 情報収集の手間を削減し、結果の集計や資料化の時間を短縮</p>
<p>2 偏りのない情報を収集</p> 	<p>特定の転職サイト利用者の意向が強く反映されていた ↓ 転職に関する意向を一般の人々からフラットに調査することに成功</p>
<p>3 顧客からの信頼UP</p> 	<p>偏りのない一般論を収集した結果を取り入れることで、 提供する情報の信頼性が高まり、顧客からの評価も向上</p>

>> 詳しくはこちら 



活用事例②

不動産サービス会社様：プロダクト企画への活用

QiQUMO活用の背景

不動産売買・仲介のWebサービスにおいて、自社の認知度や競合との比較を調査する目的で、どのような意図で自社のページに訪れているのか、自社ページへの流入経路を把握したかった。

QiQUMOを活用した結果

<p>1 ターゲットにヒアリング</p> 	<p>対象となるターゲットセグメント（居住地や年齢、性別、収入など）を対象に自社サービスの認知・利用経験・改善要望を聴取。</p>
<p>2 結果を広告戦略に反映</p> 	<p>ターゲットに対する最適な訴求ポイントが発見でき、 広告施策の検討材料を集める想定が広告戦略全体の参考に。</p>
<p>3 改善や機能検討にも活用</p> 	<p>顧客の利便性や満足度に影響を与えない部分を割り出し、 社内リソース配分の最適化に成功。</p>

>> 詳しくはこちら 



簡単4STEPで実施

STEP 1 「登録する」

QIUMO アカウント登録

法人/個人
 法人 個人

会社名
会社名

メールアドレス
Email

担当者(姓) 担当者(名)
姓 名

担当者(セイ) 担当者(メイ)
セイ メイ

- 無料でアカウント登録
- アカウント作成後、即時アンケート作成可能

STEP 2 「作る」

設問編集 設問表示条件

設問タイプの選択
単一選択

表示条件を設定する

設問オプション
 回答必須 プルダウン形式

設問文
あなたはクロス・マーケティングをご存じですか？

選択肢 (改行で選択肢追加)
はい
いいえ

- ドラッグ＆ドロップで設問形式を選択
- 質問と選択肢をテキストを入力するだけで簡単作成

STEP 3 「集める」

配信条件

性別
 すべて 男 女

年齢(10歳刻み)
 すべて 15歳以上 20代 30代
 40代 50代 60代 70歳

都道府県
 全国 北海道・東北 北海道 青森県
 岩手県 茨城県 栃木県
 群馬県 埼玉県 千葉県
 甲信越 新潟県 山梨県
 北陸 富山県 石川県
 東海 岐阜県 静岡県
 近畿 京都府 和歌山県

- 1,000万人のモニターへアンケート配信
- 当日～翌日に回収完了

STEP 4 「探る」



- ダッシュボードからリアルタイムで結果を確認
- 無料集計ツールで手元で楽々集計

単純明快な料金体系

設問数×回答人数×**11円**（税込み）

設問数	回答人数			
	100人	500人	1000人	3000人
3問	¥3,300	¥16,500	¥33,000	¥99,000
10問	¥11,000	¥55,000	¥110,000	¥330,000
20問	¥22,000	¥110,000	¥220,000	¥660,000

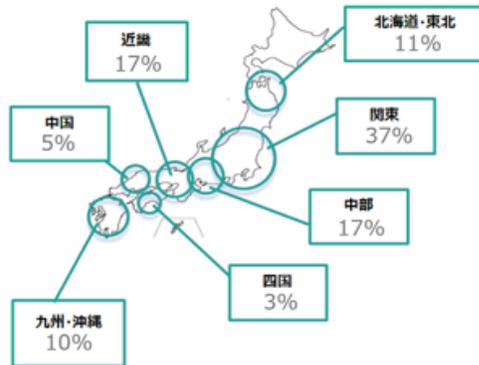
他社では追加費用、月額会員登録が必要な機能も追加費用は一切発生しません。
以下の機能は**追加料金なし**でご利用いただけます。



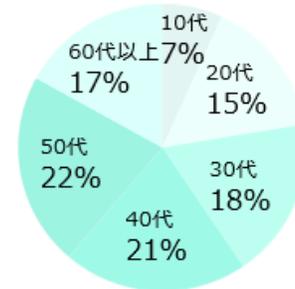
優れた回収力

リサーチ対象アクティブパネルは、国内最大規模の**1000万人**。
あらかじめ保有しているモニター属性情報で絞り込んで
意図した属性にアンケートを配信することもできるので、
とにかく速く意図した対象者にアンケートを回答してもらうことができます。

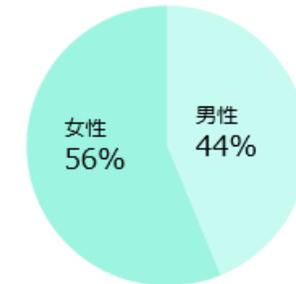
地域別



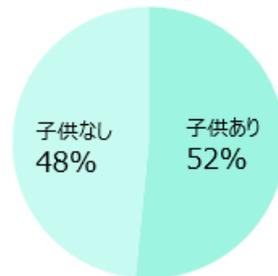
年齢別



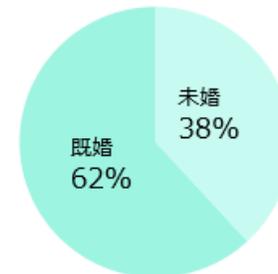
性別



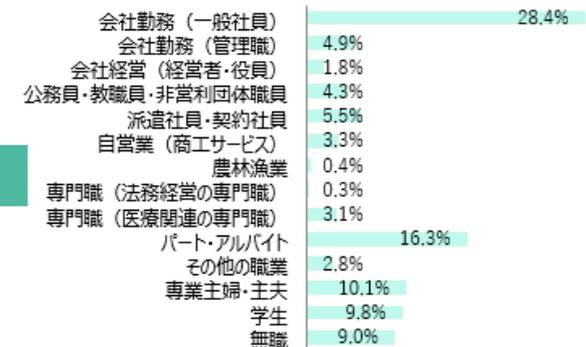
子供の有無



婚姻状況



職業



便利機能ご紹介

グループ管理機能

グループ管理機能を活用することで、アンケートを複数名で編集したり、結果をメンバー全員で共有することができます。請求先も一本化されるので、煩雑な請求処理も心配ありません。



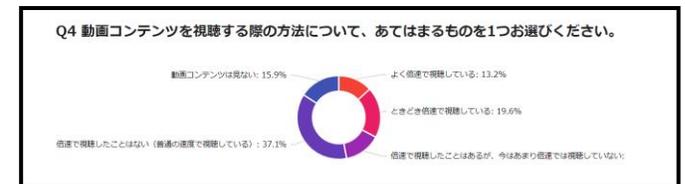
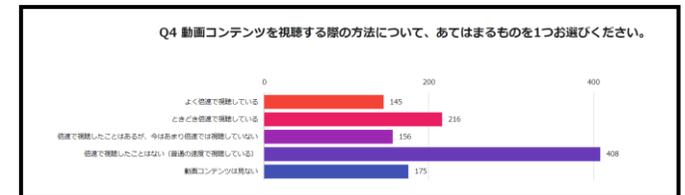
調査票テンプレート

クロス・マーケティングのノウハウが詰まったアンケートの雛形をご用意しています。ボタンひとつで「ブランドイメージ調査」や「広告効果測定調査」をすぐに作成することができます。



ダッシュボード

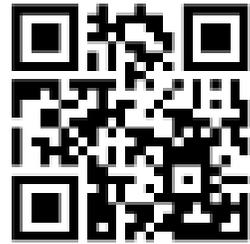
アンケートの回答結果をリアルタイムで確認いただけます。各設問単位で集計されたデータだけでなく、フィルタ機能でクロス集計を行うことも可能です。グラフ化されているので資料への反映も楽々。



まずは無料アカウント登録

キクモ アンケート  で検索

QiQUMO公式サイトから簡単登録！



<https://qiqumo.jp/>

使い方がわからないときは事務局がメールやお電話でサポートします。

※営業日の10～17時で対応。時間外は翌営業日に対応させていただきます。

QiQUMOに関するお問い合わせ先

QiQUMO事務局 info@qiqumo.jp

