

ケーススタディ／事例紹介

東南アジア4カ国 (ベトナム、マレーシア、フィリピン、パキスタン) における、ボイスオブカスタマー調査

240名の回答に基づく広告事業の評価と改善

企業の課題

大手アドテクノロジー企業のマーケティングチームは、昨今の東南アジアのマーケティング担当者がさまざまなセグメントの広告効果をどのように計測しているのか理解するのに課題を感じていました。また、競合他社との広告提案の差別化についても模索していました。

GLGのアプローチ

主要市場であるマレーシア、フィリピン、ベトナム、パキスタンの4カ国に焦点を当て、広告主120名と、それらの企業をサポートする広告代理店の120名の合計240名の意思決定者に調査を実施しました。

この調査データを元経営コンサルタントであるGLGアドバイザーが分析し、重要な結果を最終報告書にまとめました。プロジェクト全体は2ヶ月で完了しました。

結果

この調査結果をもとに、大手アドテクノロジー企業は主要市場に提供するサービスを見直し、広告カテゴリー全体で広告主が予算を調整できるようにしました。その後、回答者数および対象市場を増やして半年ごとに調査を実施することが決定しました。

使用されたサービス



GLGサーベイ

GLGは、240名を対象にした調査を行った後、フォローアップインタビューを含む最終報告書を作成し、東南アジアで競争を勝ち抜くために必要な顧客からのフィードバックを提供しました。

GLGが選ばれる理由

カスタムリクルーティング

対象となる240名に調査を実施するため、GLGはベトナムとタイのリクルートオフィスを通じて、数週間で約200名の有識者を新規採用しました。

調査設計と分析能力

GLGサーベイではプロジェクトの全体にわたってエンドツーエンドのサービス、価値あるデータとレポートの提供、プロによるサポートを提供しています。回答者を慎重に見極めて厳選採用することによって、回答の品質を高めています。

お問い合わせ

GLGは、世界最大のインサイト・ネットワークです。情報に基づいた意思決定を行うために、経験に基づいた確かなインサイトを提供する有識者とお客さまをつないでいます。GLGの専門チームは、ビジネス課題や疑問を特定、評価し、ニーズに答えるためのオーダーメイドのアプローチを作成しています。GLGは、プロフェッショナルのあらゆる意思決定にインサイトの力をもたらしています。

本資料に記載されている内容は、情報提供のみを目的としています。これらの情報は、特定の問題に関するアドバイスとして提供されるものではなく、それに依拠されるものでもありません。

GLG®とGLGのロゴはGerson Lehrman Group, Inc.の登録商標です。

©2021 Gerson Lehrman Group, Inc. All rights reserved.