



徹底的な市場評価とVOC(顧客の声)調査の実施

産業用自律走行車で北米市場参入を目指す、日本の大手企業を支援

企業の課題

北米市場へ新規参入するにあたり、ある日本の大手企業のチームは、自律走行車と重機のベータテストをさまざまな産業環境で実施し、そのユースケースを評価したいと考えていました。しかし、言語と文化の壁に阻まれ、具体的かつ実用的なインサイトを十分に得られない状況でした。

GLGのアプローチ

GLGのエンゲージメントチームは米国の建設業界を対象に、サプライチェーンを構成する主要企業などを含む現在のビジネスエコシステムを評価し、顧客の満たされていないニーズと重要な購買基準を把握するための調査を計画しました。同様の重機や自律型ロボットの価格体系も明らかにすることによって、北米市場への進出を支援することも目的にしていました。

必要なインサイトを収集するため、数か月にわたってさまざまな調査を実施しました。最初に、幅広い分野の主要なオピニオンリーダーを対象に30件のインタビューを実施しました。次に、ターゲットを絞ったB2Bの顧客120名にオンライン調査を行うとともに、プロジェクトチームと企業の関係者が参加する8回の対話型ワークショップを開催しました。

このプロジェクトでは、GLGアドバイザーである3人の専門家・多業種のコンサルティングにおいて20年以上の実績を持つ経験豊富なB2B市場リサーチャー2名と、自律走行型搬送ロボット（AMR）の大手プロバイダーでディレクター経験のある専門家が協力して調査にあたりました。

結果

125ページに及ぶ最終報告書では、業界の状況に関する定性的なレビューだけでなく、詳細なPSM（価格感応度）分析など、データに基づく定量評価も盛り込まれました。

使用されたサービス



GLGサーベイ



GLGインタビュー



GLGカスタムプロジェクト

お問い合わせ

GLGはグローバルネットワークの強みと複数の調査手法を組み合わせ、企業の今後の事業計画に役立つ客観的で詳細なインサイトを明らかにする、オリジナルソリューションを作成して実行しました。

GLGが選ばれる理由

ニッチで進化の著しい業界を全方位から分析

依頼主である日本の大手企業は、日々進化を遂げている自律走行車業界の特質を踏まえると、従来型の経営コンサルタントには頼れないと判断しました。そこで、各分野の専門家からなる有能なチームの協力を得ながら、二次ソースから取得した古い情報を処理するのではなく、ファーストパーティデータを活用し、一次調査に焦点を当てた方法を選択しました。

定量的なVOC（顧客の声）調査

オンライン調査におけるデータの完全性を確保するため、GLGのサーベイチームは、独自のテクノロジープラットフォームと北米の建設業界に詳しい専門家を厳選してB2B顧客調査を実施しました。

数回にわたる対話型ワークショップ

今回の調査では技術的なすり合わせや説明が必要だったため、企業の経営陣（チーフエンジニア、COO）を対象にブレインストーミングスタイルの自由な会話が可能なワークショップを複数回開催しました。

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® および GLG ロゴは、Gerson Lehrman Group, Inc. の登録商標です。©2022 Gerson Lehrman Group, Inc. 無断複写・転載を禁じます。