



ちなみに大竹さんは、「スプリット・ラン・テスト」という言葉をご存知ですか？



いいえ、初めて聞きます。



スプリット・ラン・テストは、ABテストと同様の意味です。



ABテストなら聞いたことがありますけど・・・。



商品開発などを行なう際、数種類の最終候補に絞られた段階でインターネットを通して消費者にヒアリングを行っていく。このマーケティング手法をスプリット・ラン・テストと言います。



なるほど。



商品を送ってアンケート調査を行なう事例はよくありますが、スプリット・ラン・テストなら、段階的かつ低コストで精度の高い調査を行うことができます。



段階的に低コストで？



そうです。
第一段階で、商品の打ち出しポイントとイメージの調査を行い、その上で、第二段階では商品を実際に送って商品そのものの感想などを調査するのです。



調査ポイントをステップに分けて調べる訳ですね？



はい。インターネットを利用する調査なので、従来の調査のように予め大勢の人を集める必要もなくコストを激的に下げられます。



確かに・・・。



さらには、インターネットを通して顔の見えない人に答えてもらうことで、本音が聞けるというメリットもあります。



すごく勉強になります！
早速会社へ帰って次の会議で提案してみようと思います。
本当にありがとうございました。

大竹は急ぎ足でカフェを後にした。

福山はカフェの外に出ると、すぐにスマートフォンを片手に電話を始めた。



もしもし、福山です。大竹さんと話をしました。
あなたが目をかけているだけあって、なかなか姿勢の良い若者ですね。
本人が望むなら、と言う条件でアドバイスをしていきますよ。
ではまた。

KEYWORD 01 スプリット・ラン・テスト

スプリット・ラン・テストとは、一部の要素だけを変更した複数の素材（広告やWebページなど）を同じ環境に露出し、最も効果の高い要素を発見するテストのこと。A/Bテストとも呼ばれる。

スプリット・ラン・テストは、紙のDM、インターネット広告、メールマガジンなど幅広いマーケティング手法において、費用対効果を高めるために有効。効果が高い要素を残しつつ新たな要素を追加し、露出、検証を繰り返すほど、スプリット・ラン・テストによる効果検証は精度を増す。

（引用元：エンタープライズICTの総合情報サイト「ITpro」）