



そこが従来の調査との違いですね。



1回目の調査結果から開発の方向性をより絞り込み、更に具体的な意向の調査を重ねることで、精度の高い情報へと繋げていくのです。



なるほど。でもインターネットを通じてどうやって具体的な意向を聞くのですか。



そうですね。
最もスタンダードな方法は、**ランディングページ**をいくつか作成し、ランディングページごとにインターネット広告を出稿して調査するやり方です。



ランディングページ？



様々なインターネット広告やリンクをクリックした際に表示されるウェブページのことです。



理解できました。



アメリカの大統領選挙の時、オバマ大統領がインターネットを駆使して勝利したことは有名です。その裏ではランディングページとインターネット広告によるスプリット・ラン・テストが多用されていました。



大統領選挙にも活用？それはすごいなあ。



このようにターゲットを変えたランディングページを数種類作成し、インターネット広告で集客をして反響を比較するのです。



しかし、どのように表現をして、どのように調査・分析するかは、かなりの知識が必要になるのではないのでしょうか？



そうですね。
広告表現についてはこれまでの広告会社でも十分に対応できますが、調査・分析のプラン作成から実施までには相応の知識が必要になります。



やっぱり・・・。