



確かに予算は削減されますが・・・相応の費用はかかるのですね。



ここで一番理解して頂きたいのは、  
スプリット・ラン・テストはテストと名前がついていますが、  
通常の販売促進活動も兼ねているということです。



販促も？



そう。従来のグループ調査は10名程度の人に  
意見を聞くのが主流でした。  
そのため商品の告知ができてわずか10名程度。



そうなりますね。



しかし先ほどのスプリット・ラン・テストなら、  
18パターン×200クリック、すなわち3600名に  
商品の告知ができます。



言われてみればそうですね。  
事前に反響を取りながら告知もできるのでから、  
この金額はかなり安価なものと言えますね。



ようやく気付いていただけましたか。



ただ、これほどの緻密な分析ができる会社があるのでしょうか？  
先ほど福山さんは、分析費10万円とかなり安い計算をされていましたが  
そのような金額で対応してくれる会社はあるのですか？



おっしゃる通り、そこが問題なのです。  
従来の広告代理店やマーケティング会社に依頼をすれば  
同じ作業で100万円以上は請求されると思います。



100万円以上ですか!？



広告代理店やマーケティング会社には  
分析者つまりアナリストが圧倒的に少ないため、  
緻密な分析はどうしても高額になってしまいます。



それでは結局コストダウンにはならないですね・・・。



まだあきらめないで下さい、大竹さん。  
クラウドマネージメント協会という団体をご存知ですか？



いえ、聞いたことがありません。



その協会が、IMA検定というマーケティングの  
認定資格制度を運営しています。  
この検定を大竹さん自らが学んで資格を取得できれば、  
1年後にはご自身でデータ分析をすることが可能だと思います。



わたしが分析ですか？  
しかし・・・1年も待てませんよ。



そうですね。  
今すぐということであれば、この協会に問い合わせれば、  
高度な分析ができる会社を紹介してくれると思いますよ。