

U&A調査

Usage & Attitude



領域

商品カテゴリー、および自社ブランド・競合ブランドの使用実態(usage)と消費者の態度や感じ方(attitude)明らかにする。

U&A調査を定点的に行うとベンチマーク(benchmark)調査となる。

目的

商品カテゴリー、および自社ブランド・競合ブランドの使用実態と消費者の態度や感じ方を明らかにする。

商品開発の方向性や自社ブランドのマーケティング戦略立案の基本的な資料とする。

方法

実査方法 WEB調査と訪問面接調査の併用

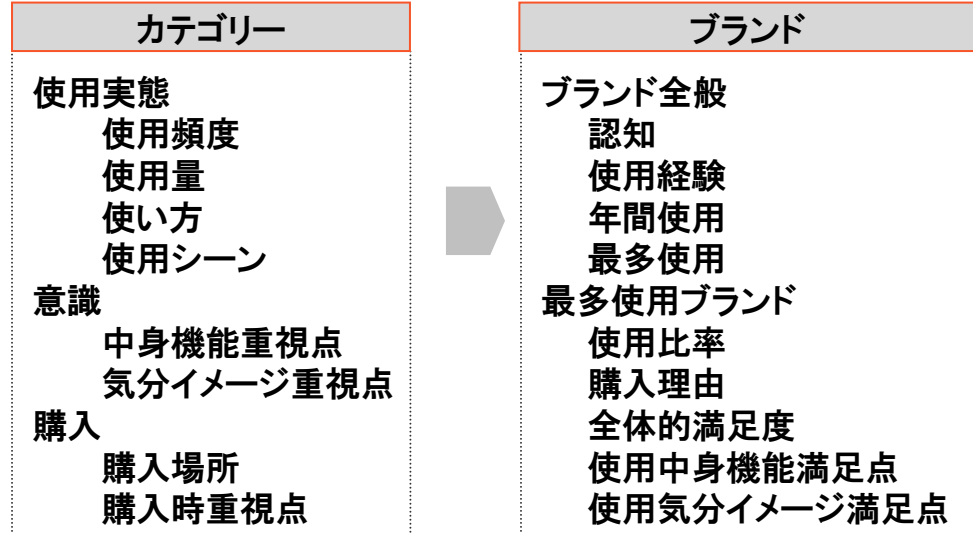
対象者条件 WEB調査 :対象商品カテゴリー・ユーザー
訪問面接調査 :社会統計的母集団(15-69歳女性)

サンプル数 WEB調査 :1000人(ブランド割付あり)
訪問面接調査 :1000人

全体期間 2か月
(企画から報告まで)

Usage & Attitude

調査内容



分析内容

