


















×



従来の定性調査（グループインタビュー方・郵送法・個別インタビュー等）を Web 上で行う会社は多くあります。

当社商品の特性

メリットとデメリットを比較して課題に適した定性調査を計画しましょう

	モニター選抜によるZOHOサーベイ	一般的な Web による定性調査
メリット	<ul style="list-style-type: none">  一人とつながりながら対象者を募集できる。  電話により対象者として適切か確認・情報収集をするので情報源としての信頼性が高い。  収集データのフォローを行うので実状・実態を正確に収集できる。  集計や分析システムにより、データだけでなくグラフ、要約の作成までスピーディ・低コストが実現する。  1人2万円の定額表示であり予算計画がたてやすい。 	<ul style="list-style-type: none">  広範囲から狙った対象者の絞り込みをスピーディに行うことができる。  従来の定性調査（グループインタビュー・Web アンケート個別インタビュー）がオンライン上で可能になる。様々な定性手法への対応が可能。  集計や分析システムにより、データだけでなくグラフ、要約の作成までスピーディ・低コストが実現する。
デメリット	<ul style="list-style-type: none">  当社保有モニターを対象とするため、対象者条件によっては対応できない。  電話による確認をするため、Web のみで簡潔する対象者選抜に比べ時間がかかる。 	<ul style="list-style-type: none">  自己申告であり、確認手段がないことから、絞り込みに正確性を欠く。  モニターの評価はよいのに上市后実売に結びつかないという結果を生むことがある。  独自の集計システムがあり、Web 会社により価格差がでている。そのため慣れた先に頼ってしまいワンパターンになりやすい。  F A集計の分析は手間とコストがかかる。そのため設計段階から集計方法やレポートを考える必要がある。設計段階からリサーチャーに高いスキルが求められる。  従来の定性調査と変わらぬコストがかかる。事前にN数と設問内容コストバランスをしっかりと調整しておく必要がある。

