

# ネットリサーチ結果だけでは、コンペの提案に不十分。 時間と費用をかけずに、 ネットリサーチ結果の深堀ができないだろうか

## 外食チェーンの利用者グループインタビュー

### <背景と課題>

某コンサルティング会社様は、クライアントへの提案を行うために、ネットリサーチを実施を検討していました。しかしながら、それだけでは不十分なので実際の利用者の声も聞いて提案を行いたいと考えていました。

### <実施概要>

プレゼンテーションまでの時間と、使える予算は限られており、  
その中でネットリサーチと、会場インタビューを実施するのは不  
可能。そこで、ネットリサーチにオンラインインタビューを組み合  
わせて実施されました。

### <実施フロー>

1. ネットリサーチの調査票作成  
ネットリサーチの最後に、オンラインインタビュー参加者募集の  
質問を追加します。  
↓
2. ネットリサーチ実施⇒参加者募集  
ネットリサーチ実施と同時にインタビュー参加者を募集します。  
↓
3. インタビュー候補者リスト作成⇒選定  
ネットリサーチの回答をもとにインタビューしたい候補者を選び  
ます。  
↓
4. リクルート/システムセットアップ/事前課題  
電話によるリクルートとオンラインインタビューの準備を行いま  
す。事前課題の回収もこの時点で行います。  
↓
5. オンライングルイン・デプス実査  
クライアントのオフィスでインタビューを実施しました。



### <結果>

プレゼンテーションまでの短期間で無事ネットリサーチとユー  
ザーインタビューを終えることが出来ました。なお、プレゼンテ  
ーションでは、オンラインユーザーインタビューの編集動画を上映  
し、提案先企業に対してインパクトのあるプレゼンを実施する  
ことが出来ました。

### <ココがポイント>

2種類以上の調査手法を組み合わせることで調査課題の解決を図ることは、『ハイブリッドリサーチ』と言われ、近年世界中のリサー  
チャー/マーケターから注目を浴びている手法です。ネットリサーチにオンラインF2Fインタビューをプラスすればハイブリッドリサーチが短  
期間・低費用・手軽に実施出来、ネットリサーチからの定量データと共に定性インタビューからのリッチなインサイトを得ることが出  
来ます。