



データ活用事例

IT業(WEB・EC系)さま向け

③行動科学リサーチ

目的の設定

購買行動やサイト利用に関連しうる認知を

行動科学理論に基づいてリサーチ



GOAL >>

これらの認知に訴求するプロモーションや
商品企画で新機軸のヒット商品を



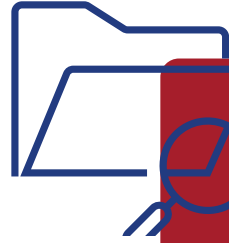
つぎのアクション >>

行動科学理論に基づいた商品の開発

Case 3

行動科学リサーチ

リサーチからアクションまでの流れ



行動科学理論に基づくユーザーインタビュー調査

インタビュー及びそれが実施できるスキルの育成

インタビュー結果から量的調査票開発

アンケート調査を科学的に作成及びそれが実施できるスキルの育成

データ分析結果からの企画コンセプト開発

分析結果から企画を開発

プロトタイピングとユーザーテスト

企画イメージのプロトタイプ作成、ユーザーに見せた時に使用してもらえるか

Case 3

行動科学リサーチ

分析結果と施策のイメージ(1)

実際にサイトを利用するかどうかは

認知よりも〇〇という意識が大事

実際にはもう認知はあるが、
顧客視点では意識やコントロール感が問題になっていることも

**〇〇という意識になりやすいプロモーションと
ユーザー体験をデザイン**

Case 3

行動科学リサーチ

分析結果と施策のイメージ(2)

属性でいうと

〇〇に該当する方の
ニーズ・利用意向が高い

ターゲットの属性が分かると製品の強化方向を検討出来る

〇〇に該当する方にとって
使いやすく親しみやすいような設計に

- ターゲットの属性を明らかにすることでUI/UXへのフィードバックが可能に

Case 3

行動科学リサーチ

分析結果と施策のイメージ(3)

逆に言うと

○○な部分にハードルを感じていると

利用に至りにくい

ユーザーがハードルに感じていることを分析、解消できると、
トータルでのユーザーの体験の設計に繋がる

このボトルネックを解消するための
プロモーションとサポート体制を

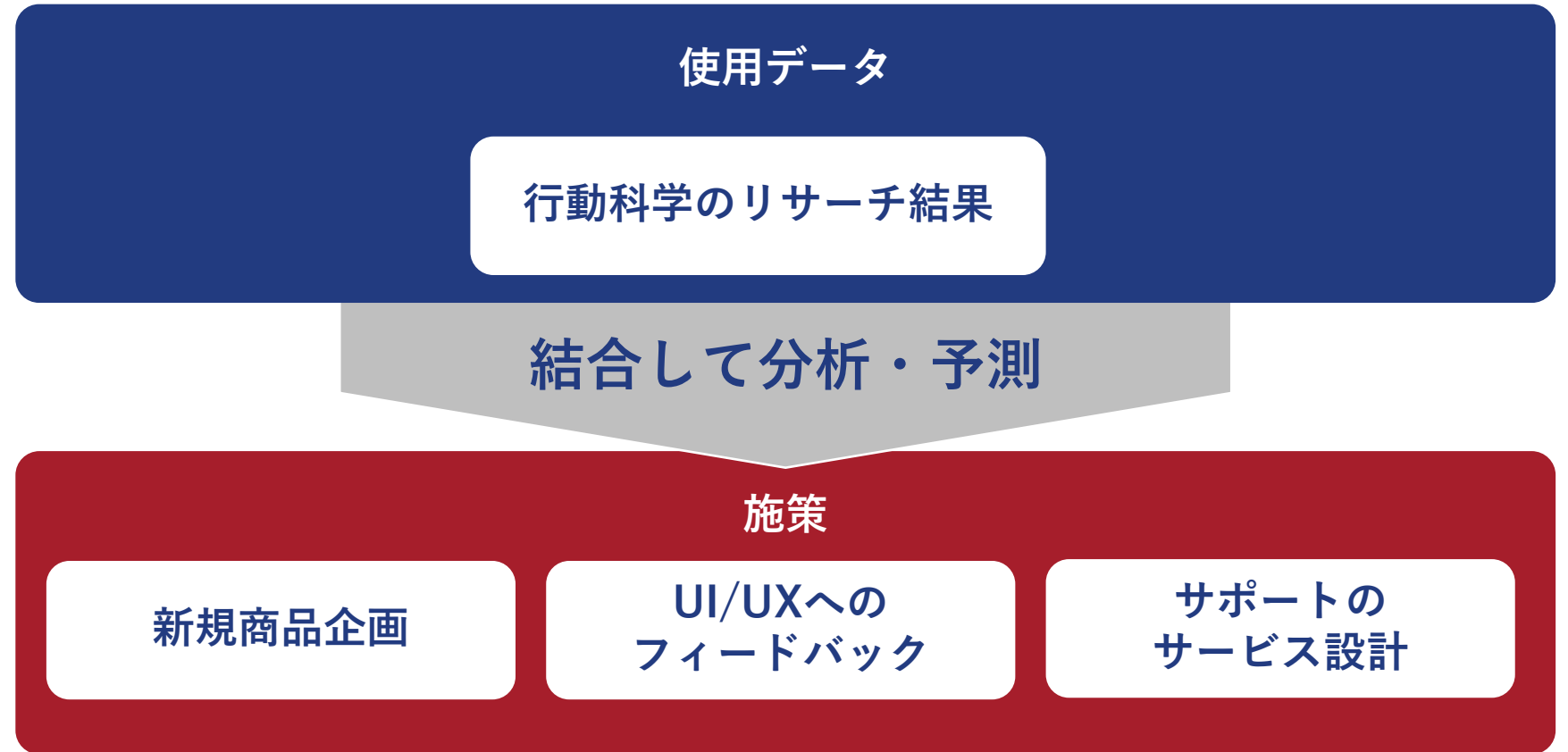
Case 3

行動科学リサーチ

「行動科学リサーチ」事例まとめ

Case 3

行動科学リサーチ



= パフォーマンス向上アイデアを発見し、
自社を成長させるヒントにもつながる

データビークルの アプローチ

データ活用のさまざまな課題に対して
どうアプローチするか



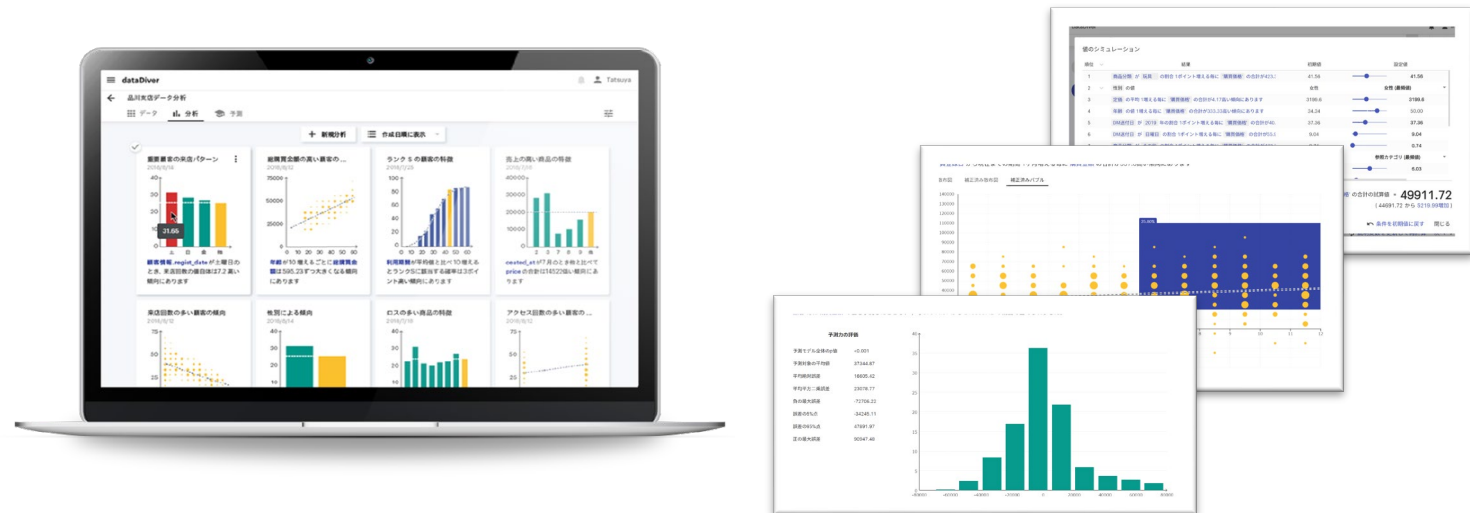
要因の探索・予測のための
拡張アナリティクスツール

dataDiver なら、

誰でも簡単に高度なデータ分析が実現できます。

データ準備、洞察の生成、洞察の可視化が自動化された分析ツール。データサイエンティストが行っているデータ準備や分析をノーコードで実行。経営課題を入力するだけで、統計学的に大事なところだけを「日本語で」お伝えします。

拡張アナリティクス
ツール
dataDiver



「何がどうなるとうれしいか」入力すると 分析の操作が完了

データ活用の ボトルネックと アプローチ

データ活用のボトルネック

分析用データ準備が
手間・センス頼み

変数や分析は専門的なスキルで
適した人材がない

意思決定者が
分析結果を読めない

データビークルのアプローチ

業務データベースから
分析用データを自動生成

多様な変数から
“良い統計モデル”を自動探索

データの分析結果は
自然言語とグラフで表示

研修プログラム

オンライン研修プログラム も充実

[データ活用導入の基本プラン]

2
カ
月

DX人材育成研修 基礎編



全社員
対象

データ分析の設計からデータに基づいた施策立案までを体験し、たった2カ月で自社のデータ分析課題に着手できるようになる超実践型プログラム

6
カ
月

DX人材育成研修 実践編



DX業務
担当者
対象

データ活用に成果を感じられていないあなたの会社の実際のデータを使用し、データ活用によるDXの成果を実感できる超実践型のプログラム

[手軽に短期間で導入するなら!]

2
日
間

DX人材育成研修 短期編



全社員
対象

本格的なデータ分析の基礎を凝縮し、たった2日間で身につける短期集中実践型プログラム

4
カ
月

e-learning型 研修プログラム



全社員
対象

社内人材のデータ活用リテラシーの底上げを行うオンライン講座



データ活用に関するお問い合わせは
mail@dtvcl.com まで