

メディアに触れる、読む態度が良い方たちが出版Webメディアには多いというのが非常にポジティブに感じた。しっかりとこちらが伝えたいこと、感じ取っていただきたいところは、もしかしたら一般のWebメディアに比べて非常にすんなり、腹落ちできるようなものになっていると改めて思った。

ジャンル別には差が結構あるんだなと思った。私たちは食品・調味料なので、アルコール飲料とも近いと思うが、単価も低い商品なので一般Webと出版社Webの差が出にくいのかもしれない。ビューティやラグジュアリーなど高額商品の方が、出版Webメディアとは、より親和性が高いのではないかと思った。

出版社メディアのデジタルに出した方が商品の理解が上回り、関心を持って、その後の行動として「試したい」という意見が多かったというのはすごく参考になった。

一般メディアの強みがわかってくると、他のメディアで認知を促進し、出版社メディアでミッドファネル効果を狙う、というようなメディアミックスができるようになる。

今回の調査はいいチャレンジ。出版社Webメディアがミッドファネルに効くという仮説が数字でちゃんと検証できていることが大きな前進になっている。

これから調査を重ねることで、より特徴がビビッドに出てくるし、精緻化されていくのは非常にいいこと。一般Webと出版社Webそれぞれの特徴を可視化していくことも大事。