



KANTAR

2023年，品牌增长不可缺少的 四个消费者研究新方法

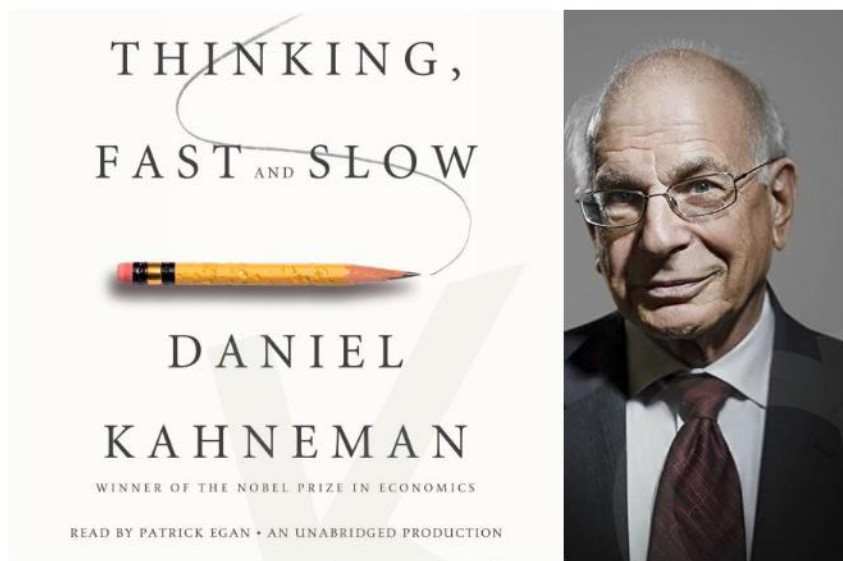
2023.01

A nighttime photograph of a city street with light trails from cars. In the background, there are several tall buildings, including a prominent tower on the left. The scene is illuminated by streetlights and building lights.

洞察方法一

品牌将会广泛使用可以捕捉消费者直觉反应的方法

System 1 : 基于诺贝尔奖理论的测试工具，可评估消费者的直觉和经过思考的反馈



诺贝尔经济学奖得主 Daniel Kahneman
因他在判断力和决策心理学《思考的快与慢》以及行为经济学中的研究证实工作，为此获得了诺贝尔经济学奖。
他的研究实证发现，挑战了现代经济理论中盛行的人类理性假设

System 1

直觉

看见

消费者对于广告、品牌、产品的第一印象，至关重要



System 2

理性思考

但当他们有思考时间时，会更加理性的，给予评判

决定

洞察方法一

- 面部表情详细解析
- 反应时长判断

情感AI：捕获消费者看广告内容的每一帧的面部情感反应

识别广告中每一帧的消费者面部细微变化，
7种以上的不同情绪表情：

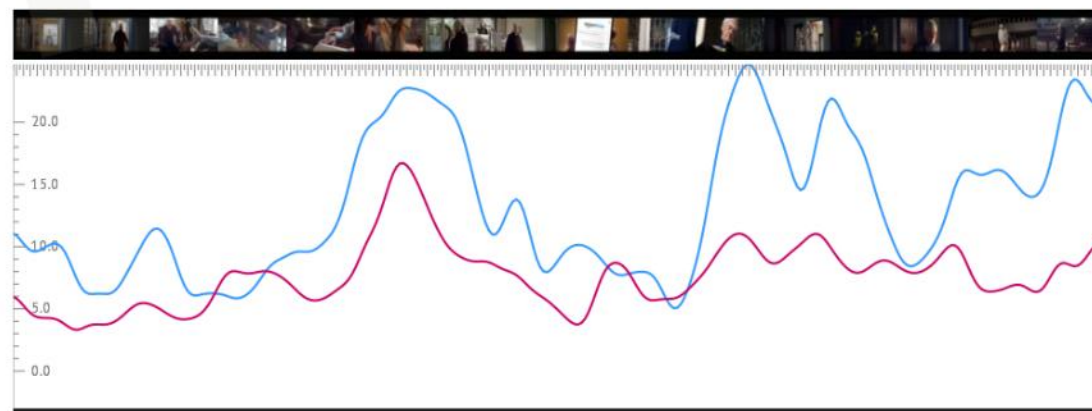
- Smile微笑
- Surprise惊讶
- Sentimentality忧愁
- Sadness沮丧
- Brow Furrow 皱眉
- Disgust 反感
- Smirk假笑
- Attention集中关注

产出：

面部编码使我们能够对每一秒的场景进行分析，
从而确定的消费者对一帧的反应如何，
从而了解广告哪里有问题，指导更精准的优化
手法和片段，提升效果



表情1
表情2



凯度在使用情绪识别技术来实施研究方面的经验超过任何机构，我们充分了解人的内在心理反应

情感AI已经测试了超过：

45,000+ 广告视频

1.2亿 个消费者的情感反馈



查看情感AI的趣味讲解

已搭载在自动化洞察平台 **KANTAR MARKETPLACE**

KANTAR

多种评估广告效果的方式基于不同研究目的整合利用不同方式

捕捉神情

实时捕获消费者看广告内容的每一帧的面部情绪反馈



情感AI

行为指标

播放
跳转
点击



问卷定量KPI

标准直观的问答分析



定性反馈

收集消费者开放式反馈的题

“
Tell me everything!
What happened in the ad,
starting at the beginning,
including what you saw
and heard, and how it all
fitted together.
”

Link

实战案例：可口可乐- 夸张的手法，强调一个小举动价值



采用的心理杠杆：

- 与自然连结
故事充分融入自然生态的背景
- 强调一个小举动的影响
以“如果-那么”的形式，凸显出行动对可持续的贡献。侧面引出品牌在可持续方面的贡献

实战案例：可口可乐这支广告讲述了一个关于小小的举动，众人合作带来大影响的动人故事，带给消费者一种积极的惊喜感

可口可乐广告
各项指标排名

情感表现度
排名前10

广告喜爱度
排名前20

需求相关度
排名前30

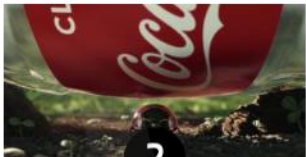
品牌喜好度
排名前30

品牌关联度
排名前30



1

开篇引发好奇



2

当画面中的瓢虫试图抬起塑料瓶，消费者露出微笑



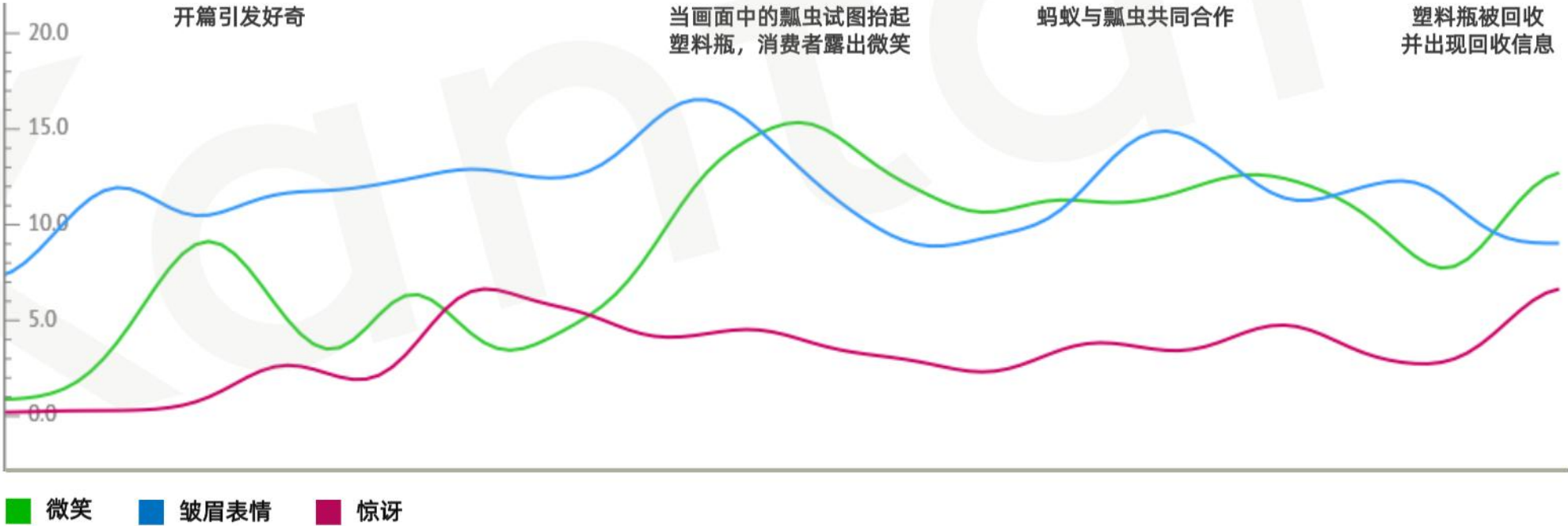
3

蚂蚁与瓢虫共同合作



4

塑料瓶被回收并出现回收信息



洞察方法一

- 面部表情详细解析
- 反应时长判断

消费者反应时长：‘快’与‘慢’的测试流程

1 ▶ 直觉反应：

结合时长来评估消费者的直觉和整体倾向



2 ▶ 理性思考

测试内容详细的评价

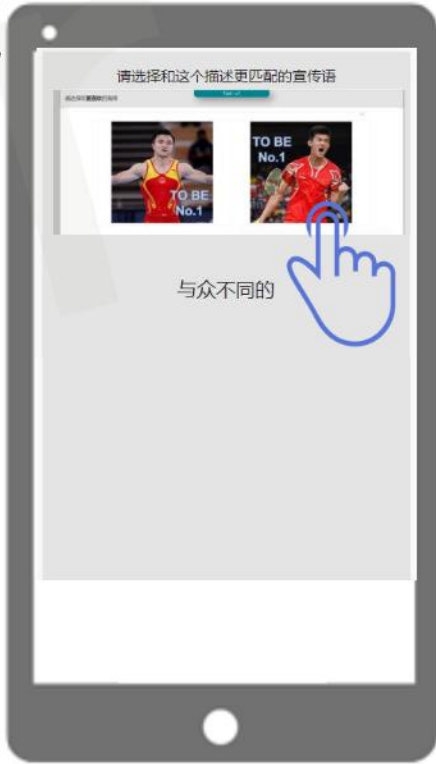
- 整体评价 (%)
- 购买意愿 (%)
- 新颖程度 (%)
- % 推荐程度
- 品牌匹配度
- 品牌资产
- 品牌印象
- 品牌独特性



每个Idea需至少被75个受访者评估

3 ▶ 直觉联想

结合时长来评估消费者的对测试内容直观联想



每个Idea需至少被75个受访者评估

可测试的Idea 形式包括:

文字(产品名称)

- 巧克力风味水
- 手机, 同时也是一台相机
- 分期付款住旅馆
- 外出专用无需水洗洗面奶

图像 (产品外观图像, 品牌图像)



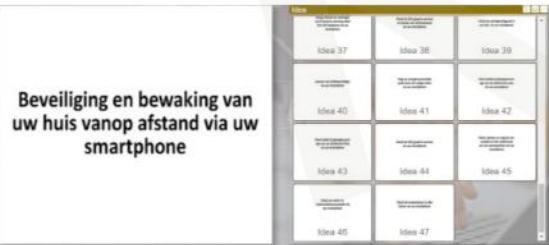
包装



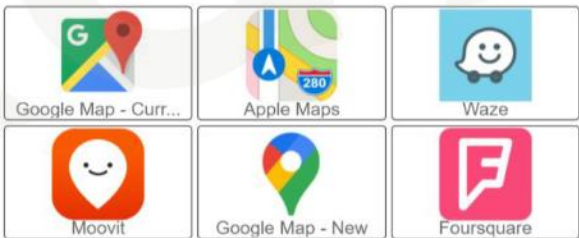
概念



宣传语



图标



Logo



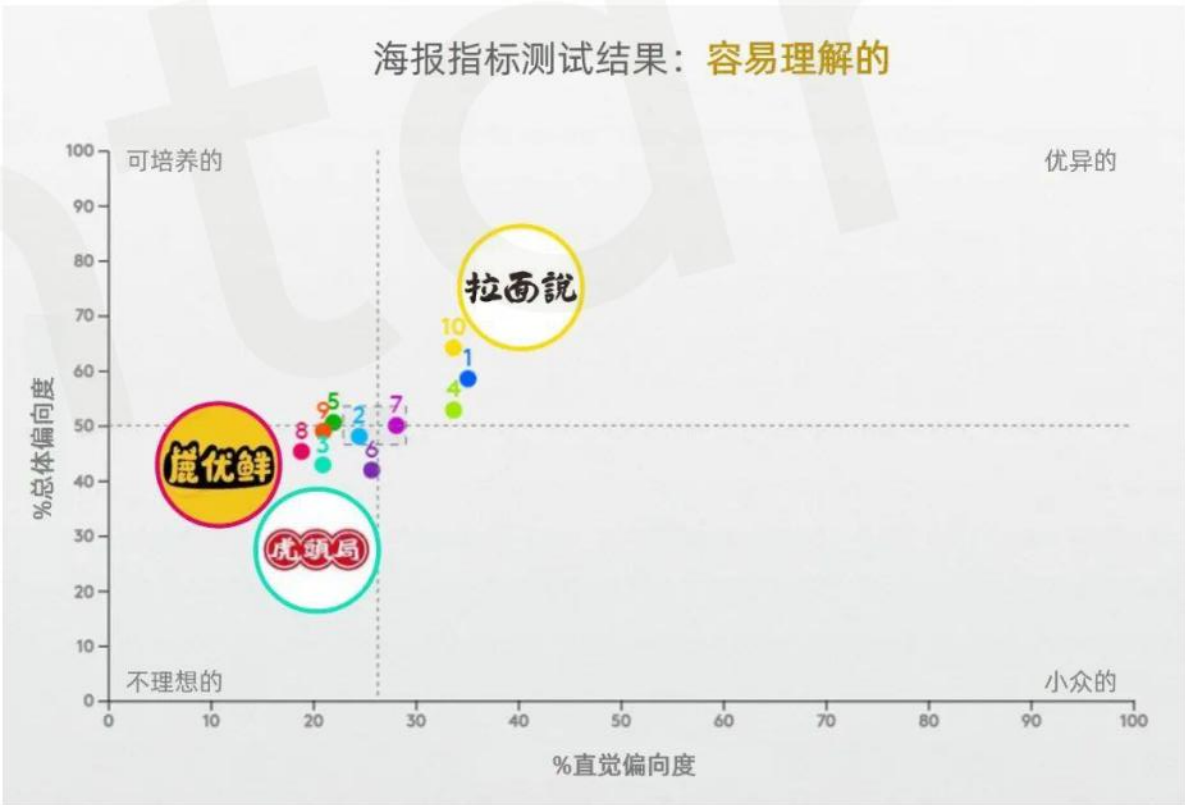
海报



实战案例：双11品牌海报 | 对于知名度不高的新锐品牌，在广告中使用过度抽象化的展示，可能会错失建立品牌知名度的机会。

“容易理解”方面：抽象的画面，令对品牌没有基础认知的消费者无法快速识别品牌或产品信息。

如本次测评的虎头局与鹿优鲜海报广告，画面相对抽象没有明确指出品牌或产品信息，二者在“容易理解”指标排名较低。



实战案例：双11品牌海报 | 知名品牌也会让海报更加简约

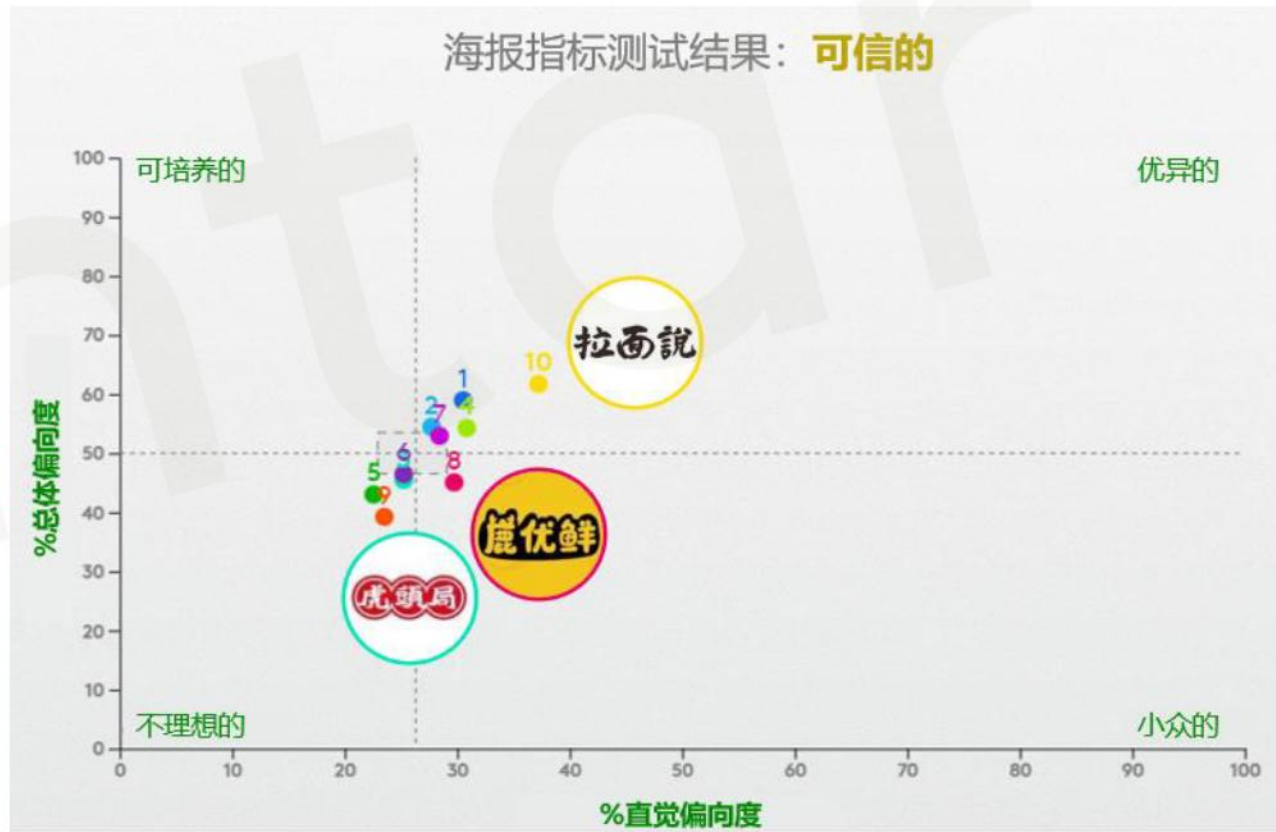
同时在可信度方面，鹿优鲜与虎头局表现较弱。

相反，拉面说直接展示了面馆的拉面场景，广告在消费者心中更易理解，可信度也更高



天猫双11全球狂欢季

拉面说旗舰店



洞察方法二

更多的品牌将会选择 “实时洞察” 工具与平台

洞察方法二

- Kantar ART实时反馈和决策系统平台
- 凯度娱乐内容营销监测器



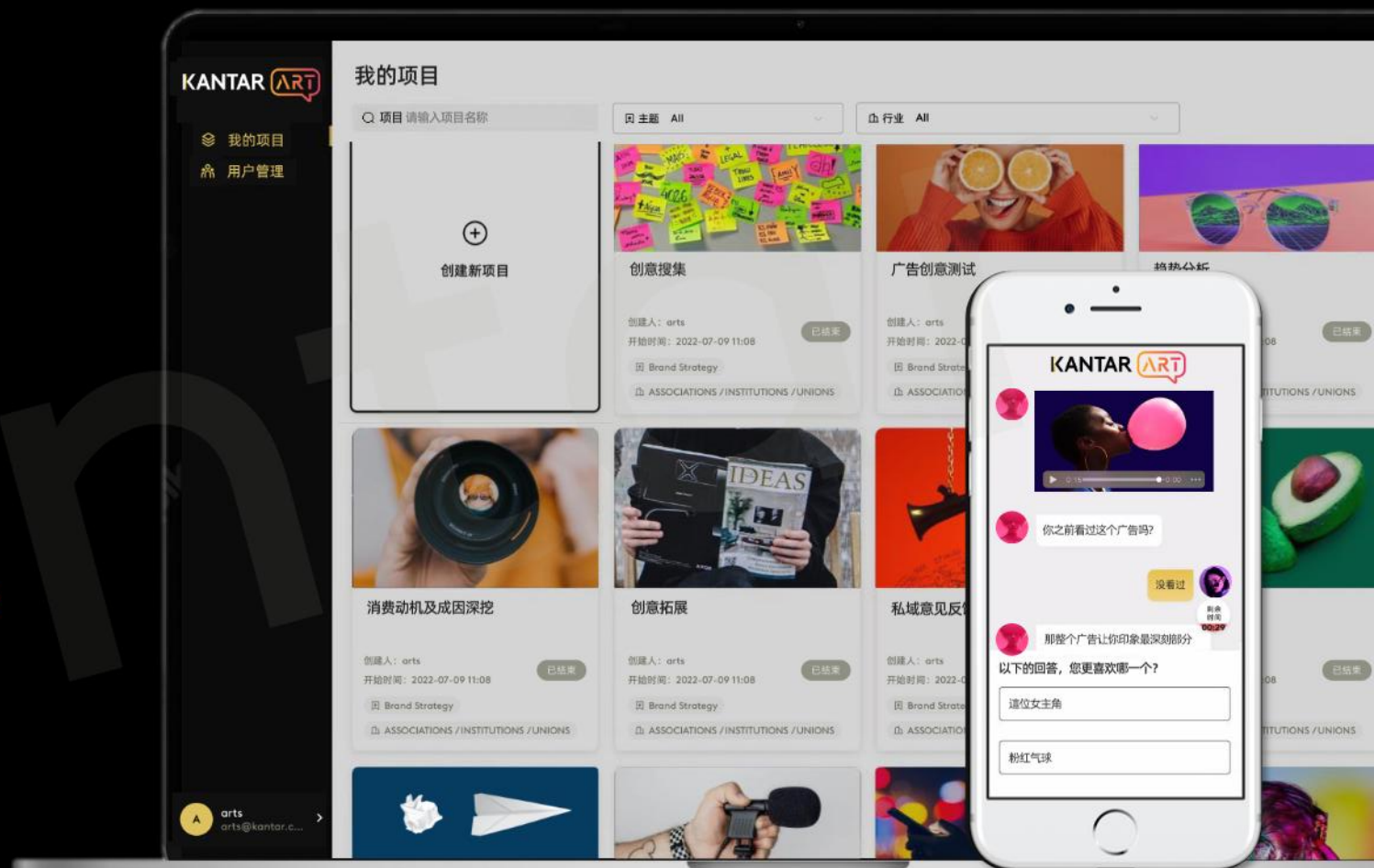
实时反馈和决策 系统平台

Build

Live

Analyze

还原一个**真实访谈全链路**所涉及各类型
角色关系 # 观点阐述 # 互动方式



2022 Kantar Great China | 独家上线

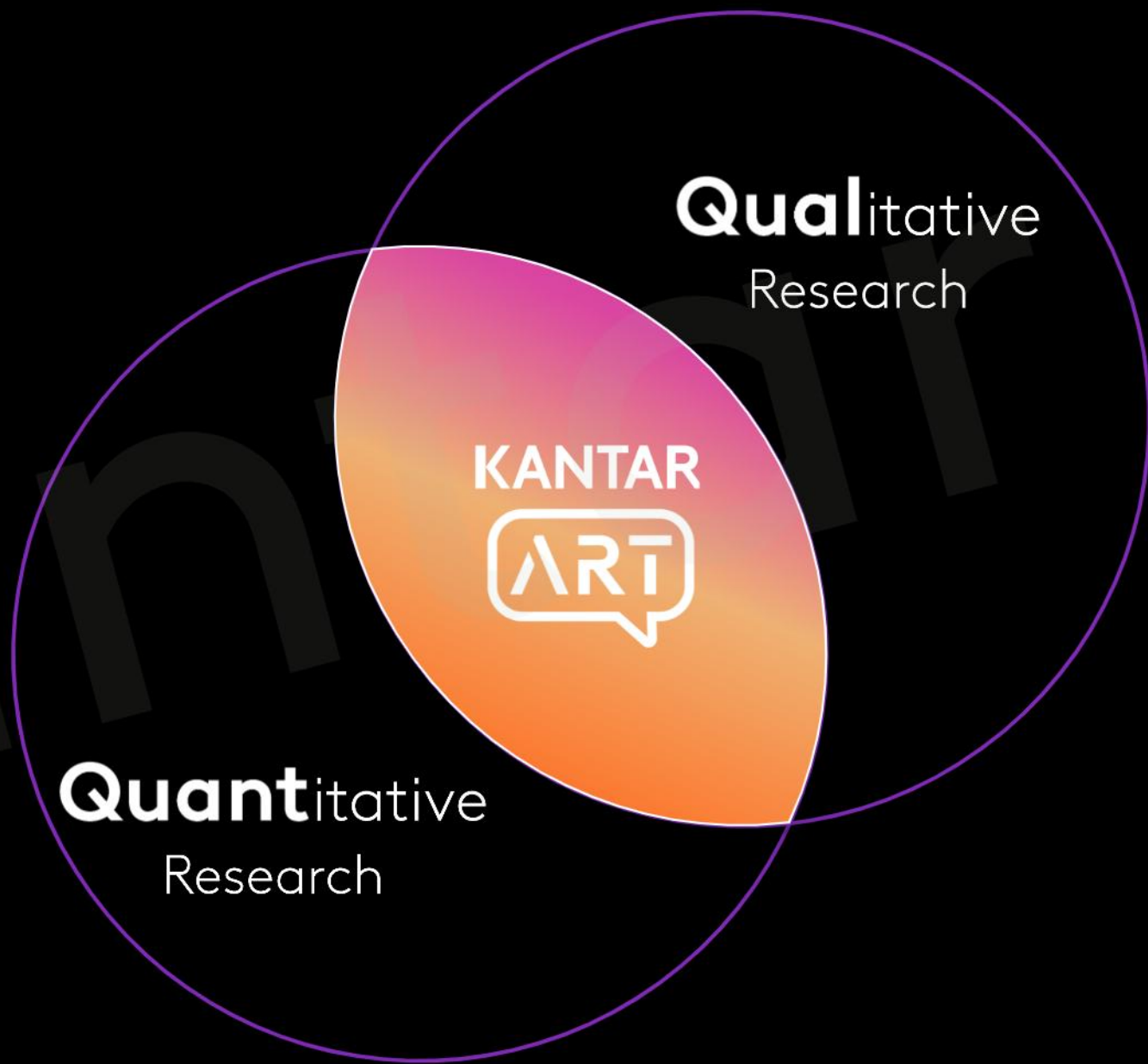


兼具深度和广度
实时反馈和决策系统平台

融 合

COHERENCE

Kantar ART 融合 Quantitative
和 Qualitative 之间的研究方式,
开创洞察新模式

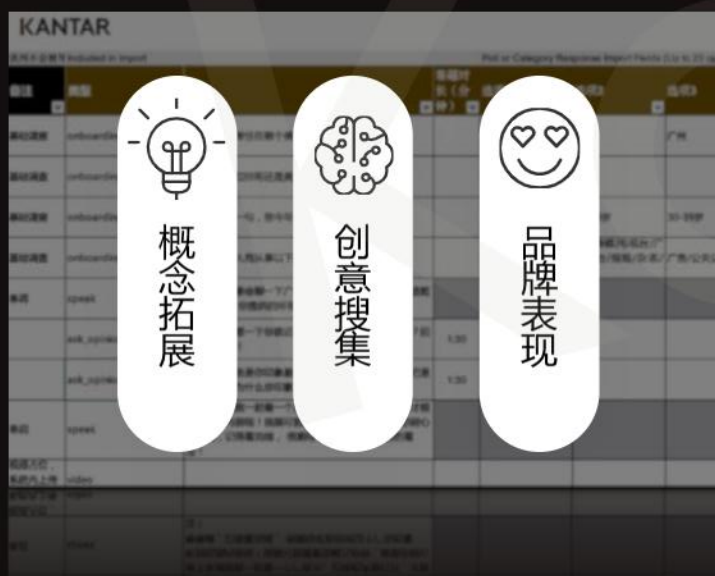


How Can KANTAR ART Operate

访问前 Build

AI Embed DG Template

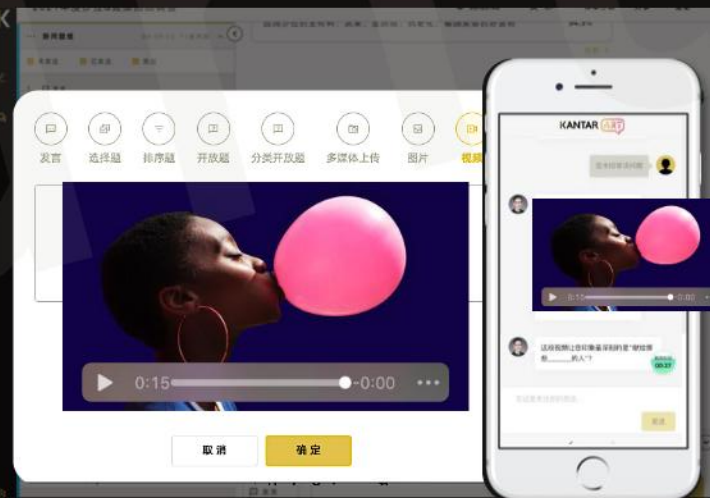
预设访谈提纲主题模板



Question Types

8大题型

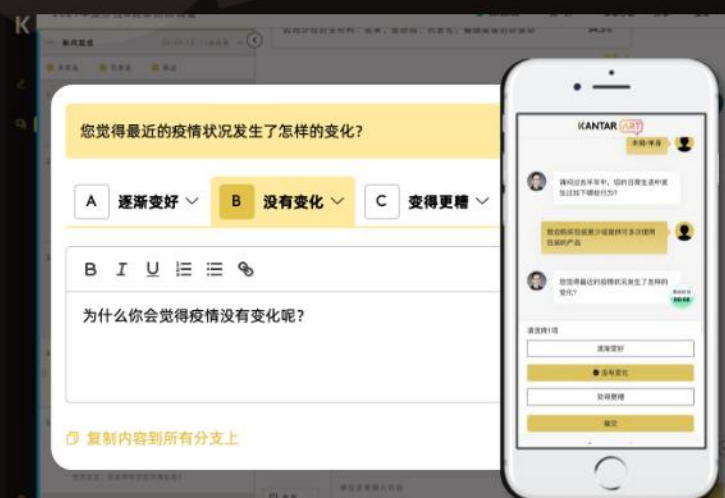
✓ 分类开放题 ✓ 排序题 ✓ 视频题



Open-Question Pro

开放题进阶追问

✓ SubGroup 分支追问



How Can KANTAR ART Operate

访问中实时互动

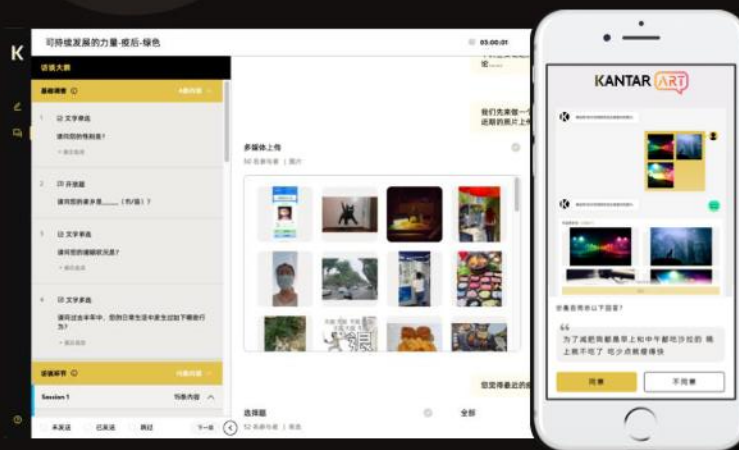
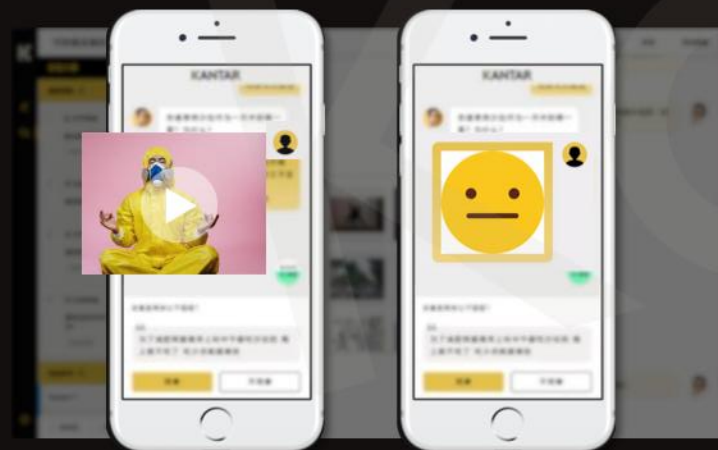
Image/Video
Interviewee Uploading
被访者图片/视频上传回答

i-Facilitator
自动推送题智能主持人

i-BackRoom
多角色虚拟观察室互动

✓ 自动推题 ✓ 答题时间灵活可调

✓ 主持人端 ✓ 观察者端 ✓ 被访者端



How Can KANTAR ART Operate

实时分析Analyze

AI Embed Analyze

AI开放题分析和多媒体分析

Live Analyze+

实时数据对比分析

Auto Report

自动化导出报告

✓ 交叉分析 ✓ 配额分析

✓ 多媒体上传统计导出



KANTAR Scenario 实时应用场景

Research 研究场景



Trend Analysis
趋势分析



Idea Generation
创意搜集



Concept/MVP Development
概念拓展/MVP拓展



**Concept
Quick-Screening**
概念快筛



**Consume Motivation &
Cause Factor Deep-dive**
消费动机快速归因



**Brand Performance Measurement/
Ads & Creative test**
品牌表现测试/广告创意测试



CDP/Employee Opinion Feedback
私域 / 企业内部 - 意见反馈搜集



**Offline Campaign/
EXPO Evaluation**
线下展会/活动反馈评估

洞察方法二

- Kantar ART实时反馈和决策系统平台
- 凯度娱乐内容营销监测器

娱乐营销监测器 | 全方位热度监测平台

娱乐内容营销监测器

挑选和评估娱乐营销的大小数据融合产品

评估内容及范围:

评估名人、综艺、剧集的前测，甄别和筛选；以及后测，效果评估的提升

Influencers Monitor 影响力风向标

大众人群对名人、综艺和电视节目的心智观感

全方位监测平台

5000+名人、综艺和电视节目的流量竞品分析

流量热度

影响力
Influence Score
代言赞助排名

心智评价

Idea eValueate

Sponsorship eValueate

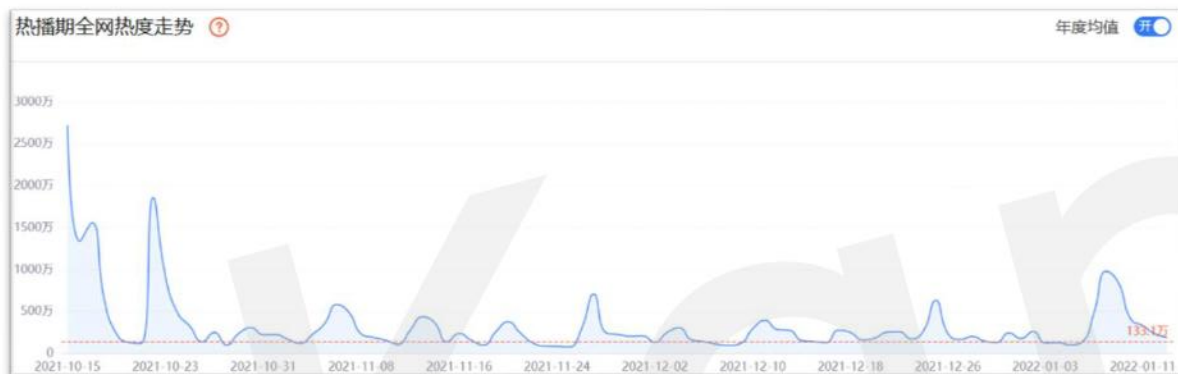
与品牌最匹配的名人、综艺和电视节目

登录全方位监测平台

娱乐营销监测器 | 已播综艺/剧集上一季的热度等信息为新一季做参考

案例：《一年一度喜剧大赛·第一季》的热度、播放指数、口碑，赞助品牌

热播期的热度



赞助品牌及赞助内容总数/时长



播放量&口碑



制作公司: 爱奇艺 米未传媒

首播时间: 2021-10-15

豆瓣评分: 8.5

播出平台: iQIYI

实战案例：签约流量暴涨艺人

实时监测艺人热度变化，及时发现流量飙升的艺人 - 青岛啤酒 x 苏有朋

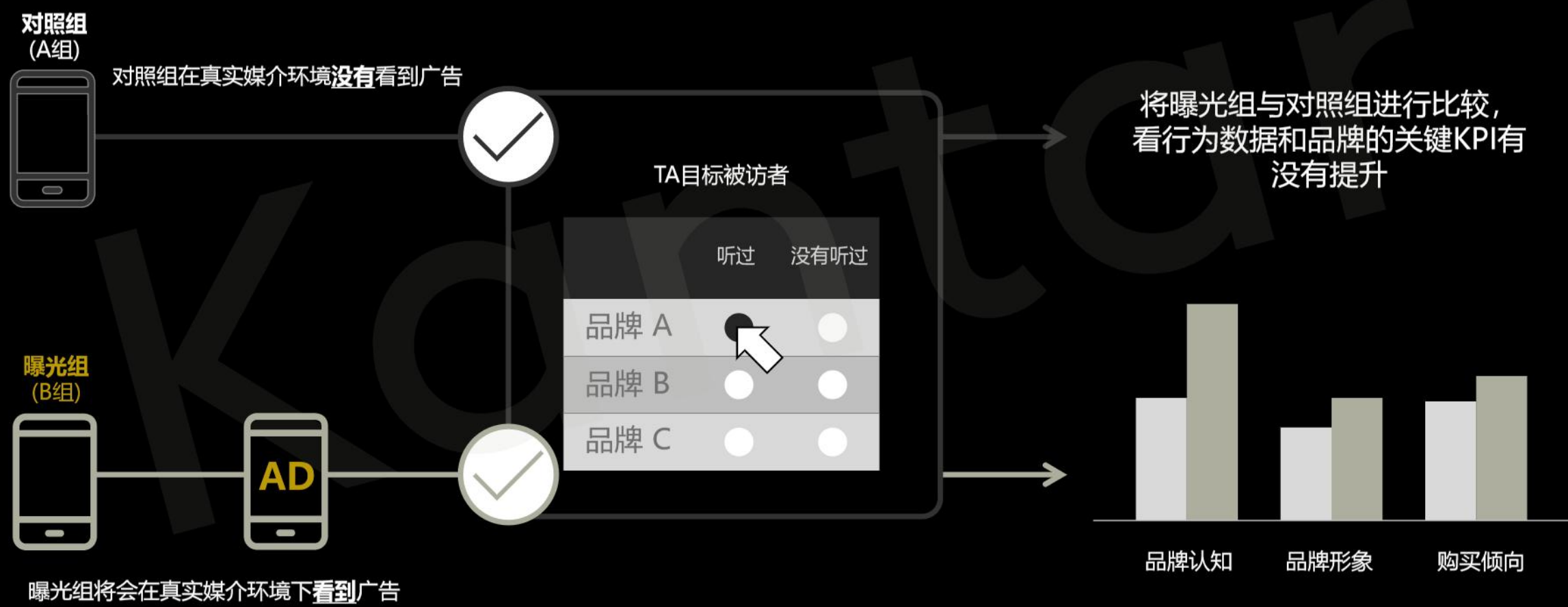
热度排名较高的艺人代言品牌较多，品牌倾向寻找代言更少的艺人，流量突然上升的艺人有更多代言空间，未来潜力也较好



洞察方法三

A/B测试被更广泛应用到对消费者心智影响的测量上

被Google, 字节等公司广泛通用的A/B 测试方式



Context Lab场景实验室：动态仿真技术可以记录下消费者与内容互动的行为信息

行为指标包括：



%完整播放视频



视频平均跳出时间



在广告上的点击

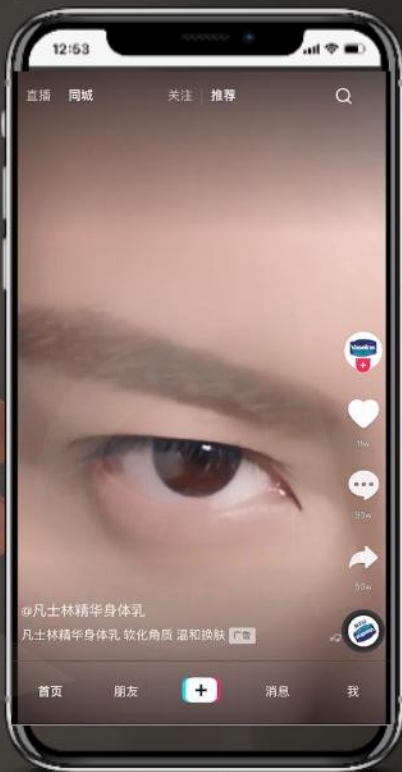


是否点赞和评论



声音是否被关闭

情景嵌入：全真模拟将您的内容动态嵌入到媒体平台的环境中，以捕获消费者的反馈





实战案例: 何处投放何种形式的广告, 才能效用最大?

Challenge	Approach	Insight	Impact																		
在全球爆发的COVID-19病毒中, 苹果公司推出了“Creativity goes on” 的商业广告。 但是苹果不确定究竟该在什么社交平台投放广告? 最能带动效益	通过 Context Lab 监测: - 这些创意在YouTube和Facebook的移动设备上, 分别发挥作用的有多大? - 广告是否提升了核心品牌KPI? - 不同组合的优势和劣势分别在哪里	创意内容本身以社交为主, Facebook比YouTube更适合帮助Apple通过该广告打造品牌影响力。 Facebook 中的广告内容更加引人入胜, 更有趣让人喜爱, Facebook上的给消费者的印象更为正面。	后来这则广告在Facebook投放后, 引起较高的社会社交性话题																		
			<table><tr><th></th><th>Unaided Brand Awareness</th><th>Message Association</th><th>Unique</th><th>Dynamic</th><th>Helps people to stay home</th></tr><tr><td></td><td>+9.4</td><td>+10.0</td><td>+4.8</td><td>+4.0</td><td>+3.9</td></tr><tr><td></td><td>-5.6</td><td>+5.9</td><td>+3.2</td><td>+1.6</td><td>+2.0</td></tr></table>		Unaided Brand Awareness	Message Association	Unique	Dynamic	Helps people to stay home		+9.4	+10.0	+4.8	+4.0	+3.9		-5.6	+5.9	+3.2	+1.6	+2.0
	Unaided Brand Awareness	Message Association	Unique	Dynamic	Helps people to stay home																
	+9.4	+10.0	+4.8	+4.0	+3.9																
	-5.6	+5.9	+3.2	+1.6	+2.0																

洞察方法四

积累并AI化洞察数据以发挥最大效用

洞察方法四

- 凯度Marketplace一站式全球品牌增长管理平台
- Link AI 数据积累进一步赋能人工智能

KANTAR MARKETPLACE 可以通过中台在全球70+ 市场进行自动化洞察研究

传统线上研究
2 Weeks



MarketPlace
18 小时



“凯度Marketplace平台十分直观易懂
它简单、迅捷的项目设置体验令我们印象深刻”



KANTAR MARKETPLACE 一站式新品数据中台

不仅能快速做项目，还能成为积累项目数据的中台

1

自动化导出结果，提升内部沟通效率



提供简洁直观的dashboard, 可导出EXCEL、PPT等格式, 直接用于内部汇报

2

积累不同项目的结果，形成数据平台



过去3年的所有项目都存放在平台，可以直接对比不同类型、地区的结果

3

形成自有基准值 (Norm) 或与行业比较



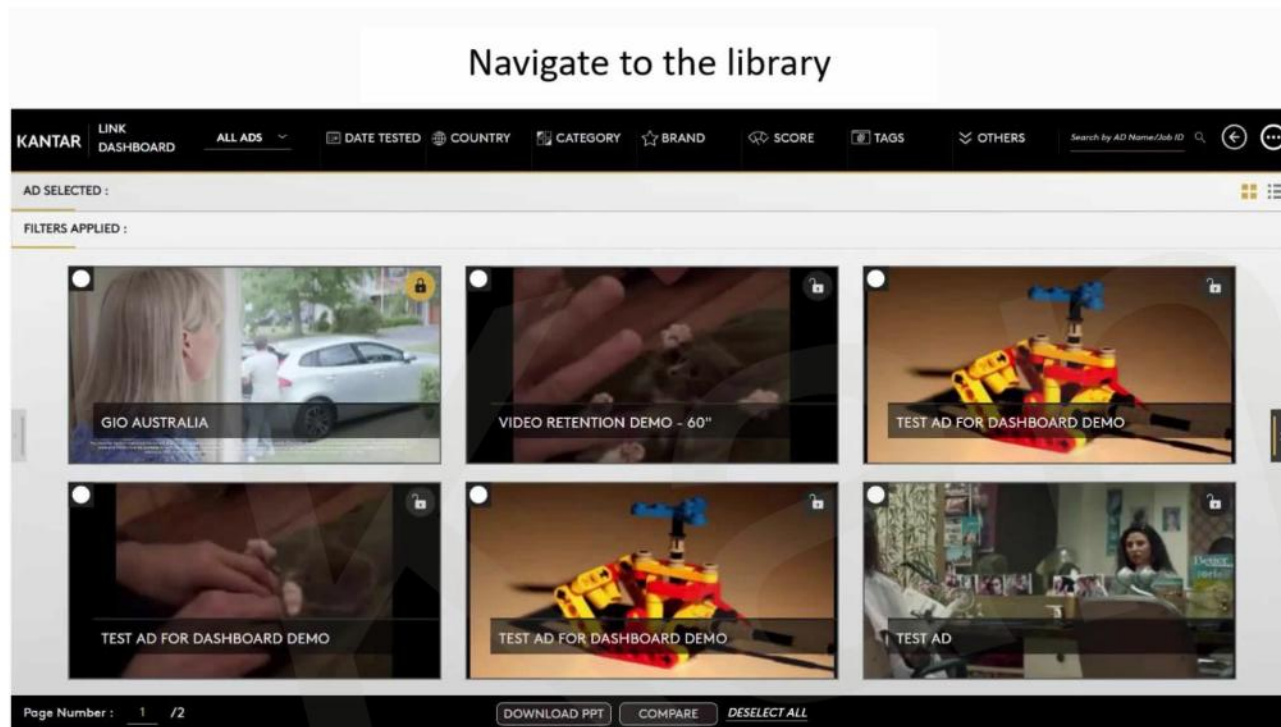
随着项目数量积累，形成**自有基准值**也可以和**行业基准值（Norm）**进行比较

KANTAR MARKETPLACE 详解每一项的指标表现



KANTAR MARKETPLACE 洞察智库中台

触手可及，随需应变的中台，整合您不同项目洞察数据的知识库



在自动化数据表盘，随需应变的调整查看

跨不同项目横向对比
或详细查看单个项目详情数据

可按照您公司不同员工访问权限
设置权限设置

访问各项历史数据

洞察方法四

- 凯度Marketplace一站式全球品牌增长管理平台
- Link AI 数据积累进一步赋能人工智能

Link AI

Link AI是通过Link训练的机器学习平台，它可以预测广告效果并提供可落实的创意指导。

15分钟内完成

基于成熟的Link数据库：

270K+ 40M+

测试

人工交互

优势：

- 在不牺牲开发、部署和最重要的性能的前提下节省资金。
- 进行更多的创造性测试
- 预测一些未经测试的广告（小众品牌、市场等）的表现
- 预先筛选广告，并反复修订
- 扩展媒体格式的测试版本
 - 复制测试后重复评估，不断检测改进的效果
- 加快上市速度
- 增加媒体支出所获得的成效
- 用作竞对情报工具

LINK AI: 推动创意投入的优质转化, 增强内容效能

提升批量广告测试
的预测价值

2倍+

节省内容制作成本

¥ 8M +

避免低效的媒体投放成本

\$10M +

领先品牌
率先采用

The Coca-Cola Company



Microsoft



客户案例

The Coca-Cola Company

Partner since 2018

用link Ai验证概念测试，覆盖12个国家
5000多个广告测试结果



Partner since 2019

自2020年1月以来，使用Link AI 和
Digital Video 测试了2000多个广告，
用于全球创意发展



Partner since 2020

在为客户提供最佳可实现创意的基础上，
使用Link AI测试过12000多个广告

透过人工智能AI技术，可在短时间内批量化的精准检测广告效能



Dashboard

轻松访问您所有内容营销研究的智慧中台

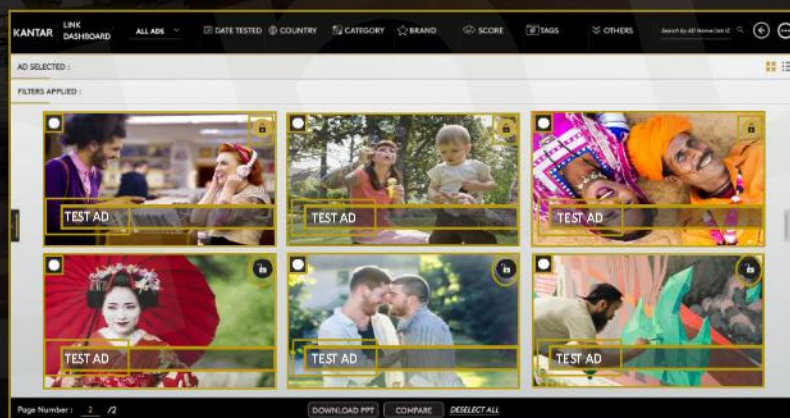
上传内容

上传广告内容以及相关信息

The screenshot shows the 'CREATIVE INFORMATION' form in the KANTAR LINK AI dashboard. It includes fields for Brand, Market, Language, Brand Category 1, Brand Category 2, Gender Target, Lower Age Target, Upper Age Target, Film Type, Voice Over, Brand Status in Category, Price Position of Brand in Category, New/Existing Campaign, Ad Claim, Name of Ad, Campaign Name, and Campaign Date. A 'SELECT VIDEO' button is at the top left, and a 'RUN' button is at the bottom right.

数据库

您所有的广告和测试结果，将储存在同一个库中，并累积创作学识

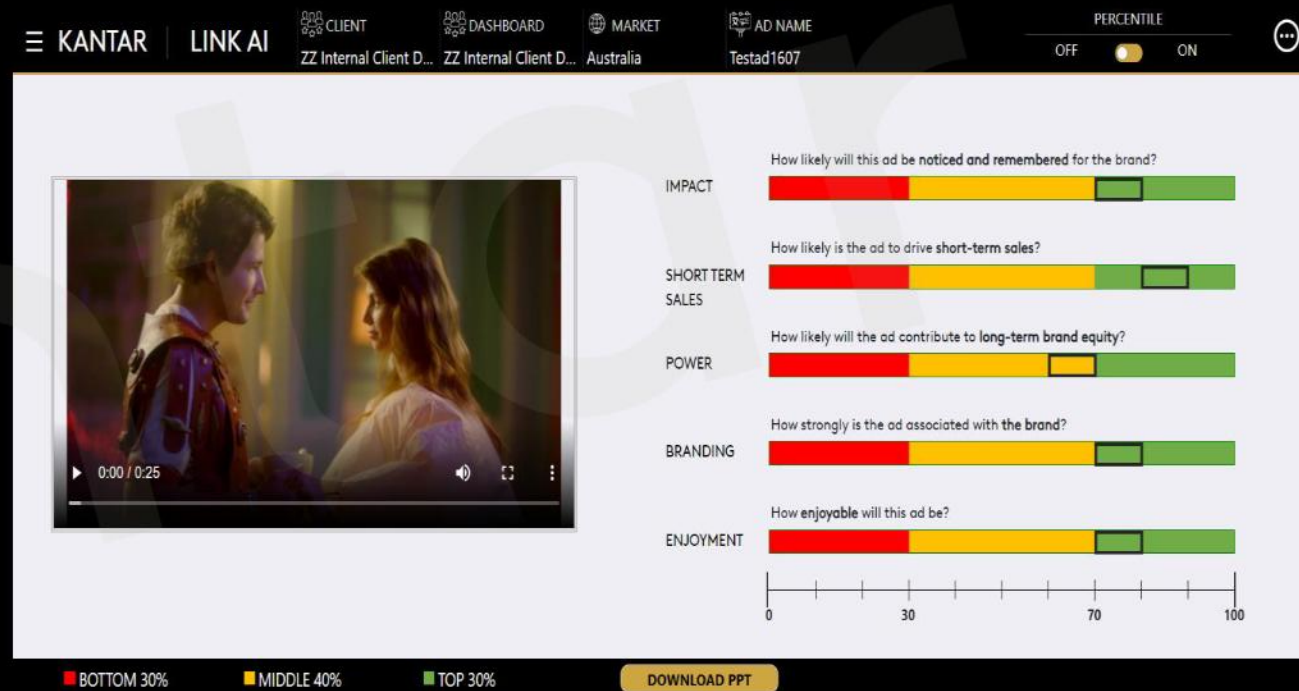
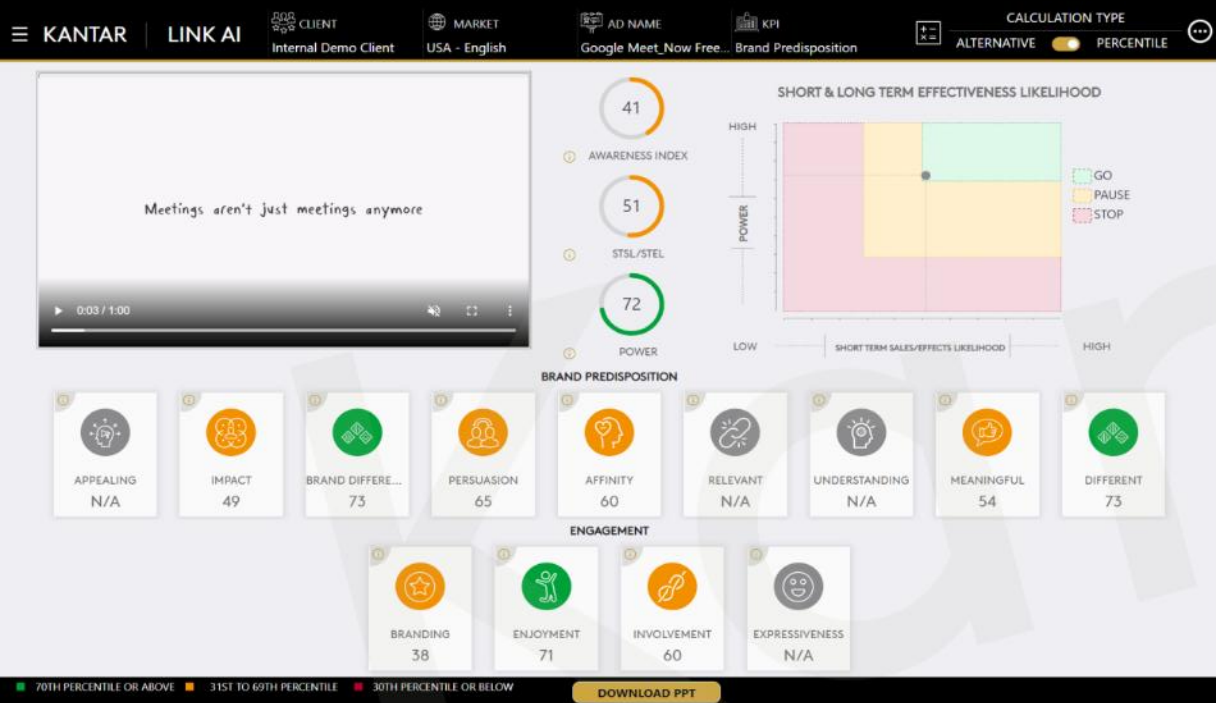


详细KPI页面

标准化的页面呈现每支内容的表现



Link AI | 交互式仪表板便于操作，且能近乎实时的提供结果



四大消费者研究新方法

捕捉直觉反应 (System1)

System1 是一种基于直觉的快速思维系统，利用面部情感解析技术或通过对消费者反应时长判断，可以捕捉消费者的直觉思考 (System1) 结果，以此更好地洞察消费者真实的决策状况。

选择“实时洞察”工具与平台

实时性和平台化的方式管理洞察数据能够大幅降低时间成本，加快内容与新品的迭代速度并提升项目的执行效率。利用Kantar ART及凯度娱乐营销监测器，能够帮助品牌建立适合于自身的洞察体系，实现持续的强劲增长。

利用A/B测试

A/B测试是通过曝光组与对照组的对比观测，从而提升表现的方法。Context Lab工具通过A/B测试的方式，可对比广告内容在不同媒介场中的表现，从而帮助品牌优化媒介投放策略，最大化媒介预算价值。

积累并AI化洞察数据

深厚的数据积累及更智能的自动化研究可帮助品牌将洞察结果发挥最大效用。凯度Marketplace和LinkAI可提供敏捷快速的自动化研究工具及大数据洞察和研究报告，以助力品牌升级、产品创新、营销内容优化和媒介投放迭代。

A nighttime photograph of a city street with light trails from cars. Tall buildings are in the background, and a small building is on the left. The text '凯度风向标' and 'KANTAR BAROMETER' is overlaid in the center.

凯度风向标 KANTAR BAROMETER

KANTAR BAROMETER



覆盖由凯度每年投资完成的、
全球顶级价值百万美元的
领导力系列内容

是凯度中台Marketplace提供的持续性消费者洞察报告系列，汇集全球2.5万名分析师的专业分析，每年在全球访问和追踪超过1亿消费者的态度和消费行为，覆盖娱乐营销、消费者动态、媒介触点、社会文化、品牌力、可持续发展以及体验力等众多内容系列。

系列主题

娱乐营销系列

#Entertainment Content

社会文化系列

#Cultural Intelligence &
Future Forecasting

品牌力系列

#Brand

消费者动态系列

#Global Issues

体验力系列 (LAUNCH IN 2023)

#Consumer Experience

媒介触点系列

#Media

可持续发展系列

#Sustainability

.....



凯度风向标 | 汽车广告中哪些创意元素更受欢迎?

2022-11-16
800积分

包含: 报告/测试体验

点击体验



品牌力洞见: 企业「钱生钱」属于持续投资「品牌建设」吗?

2022-11-09
400积分

包含: 报告

点击体验



凯度·百度营销《Web3.0营销白皮书》: 互联网新风口制胜法则

2022-11-04
0积分

包含: 报告

点击体验



凯度风向标 | 2023届文化趋势白皮书: 助力品牌创新与营销?

2022-10-24
400积分

包含: 报告

点击体验



投资名人代言和剧综赞助孰能生金? 七个品牌案例揭露真相

2022-10-18
800积分

包含: 报告

点击体验



中国球迷心中谁是王者? 球星影响力排名出炉

2022-10-09
800积分

包含: 报告

点击体验



凯度风向标 | 看完奔跑吧, 你记住了哪些品牌?

2022-11-03
800积分

包含: 报告

点击体验



百人团线上连麦, 回答品牌最关心的双11问题 (附直播回放)

2022-10-28
400积分

包含: 报告

点击体验



Kantar Global Issues Barometer 第三期 | 不确定时期下, 全球19个市场的消费者信心...

2022-10-25
0积分

包含: 报告

点击体验



凯度《2022年全球媒介接触体验报告》(Media Reactions 2022) 精华...

2022-09-27
800积分

包含: 报告

点击体验



预算紧缩, 打造强大内容力需紧抓哪些新趋势? (2022BrandZ演讲版)

2022-09-21
800积分

包含: 报告

点击体验



数字化时代品牌力度量 2.0: 品牌力和市场动能, 驱动品牌生意增长 (重...

2022-09-15
100积分

包含: 报告

点击体验



娱乐营销内容效果评估: 综艺赞助能让品牌「名利双收」吗?

2022-08-01
800积分

包含: 报告

点击体验



行业洞察: 金融品牌如何通过「差异化」实现价值增长?

2022-07-29
800积分

包含: 报告/测试体验

点击体验



凯度BrandZ中国全球化品牌报告

2022-07-27
0积分

包含: 报告 *2

点击体验



品牌力洞见: 品牌如何做让消费者「有感」的差异化?

2022-07-25
400积分

包含: 报告

点击体验



后疫情时代下国际体育赛事, 品牌如何与消费者沟通?

2022-07-04
200积分

包含: 报告/测试体验

点击体验



餐饮品牌如何做好社交广告? 效果提升的四个发现和一个盲点

2022-06-30
200积分

包含: 报告/测试体验

点击体验



品牌扎推电视剧, 赞助广告效果究竟如何?

2022-08-24
800积分

包含: 报告

点击体验



常态之下, 稳健至上 - 解读2022上半年中国消费者价值观和生活态度变化

2022-08-05
0积分

包含: 报告

点击体验



回归真实: 疫情新常态下的文化与内容趋势

2022-08-03
0积分

包含: 报告

点击体验



打造产品致胜体验, 促进品牌可持续增长 (直播分享版下载)

2022-08-29
0积分

包含: 报告

点击体验



2022凯度618购物白皮书

2022-06-23
0积分

包含: 报告

点击体验



Global Issues Barometer 第二期 | 穿越国际市场动荡, 透视中国消费者心态

2022-06-23
0积分

包含: 报告

点击体验

KANTAR BAROMETER



扫码查看百份“凯度风向标”报告



Thank you