



KUTATÁS & TESZTELÉS

Reprezentatív kutatás és terméktesztelés

CentralMédiacsoport

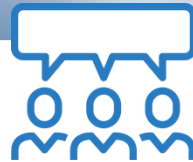
Miről szól a terméktesztelés?



Miért jó a partnereknek a terméktesztelés?



Segít megérteni, hogy a célcsoport hogyan vélekedik a tesztelt termékkel kapcsolatban



Kiváló kapcsolódás új termék bevezetésekor



Mutatja a tesztelt termék és versenytársainak márkaismertségét a célcsoport körében



Termék újrapozicionálása esetén segít megismerni a célcsoport igényeit

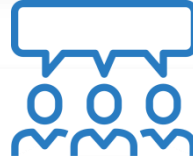


Növeli a fogyasztó bizalmát a termék felé



Óriási médiaértéket ad, rendkívül nagy csomagkedvezménnyel

A kutatás paramétereit



Célzott elérés

Releváns tesztelő célcsoport
Elemszám: 100 fő



Reprezentativitás

Toborzás 17 ezer fős online panelen
Alapdemográfia szerint reprezentatív minta
Elemszám: 1000 fő



Ügyfélre szabott

Ügyféligény szerint összeállított kérdőív
5-7 perces / 20 kérdés online lekérdezés



Professzionális

Eredmények prezentálása
Adatok átadása (sav file, Excel, ppt)
Célok meghatározása



A terméktesztelés menete

17 ezer fős
online panel

1

A célcsoportot online panelen toborozzuk, majd kiválasztunk 100 fő tesztelőt, akiknek elküldjük a terméket.

Igény esetén – a termékteszt mellett - 1000 fős online reprezentatív mintán is végzünk kutatást, általános fogyasztási szokások feltérképezésére, márkaismeretre ill. – használatra fókuszálva.

2

A Partner által forgalmazott terméket a potenciális vásárlók otthonukban kipróbálják, majd arról online kérdőíven keresztül véleményt mondanak.

3

A válaszokat piackutató szakembereink elemzik.

A kutatás eredményeiről piacvezető termékeink print és online felületeinken beszámolunk, az eredményeket prezentáljuk a Partnernek.

Terméktesztelés ütemterve

ELŐKÉSZÍTÉS

Célcsoport meghatározása,
kérdőív készítése,
egyeztetés az ügyféllel

2 HÉT

TOBORZÁS

Résztvevők szűrése
a termékteszthez
(100 fő)

2 HÉT

Résztvevők szűrése
a reprezentatív nagymintás
kutatáshoz (1000 fő)
- opcionális

2 HÉT

TESZT + KUTATÁS

Termékek postázása

5 NAP

Terméktesztelés
és online kérdőív kitöltés

2 HÉT

Nagymintás kutatás
terepmunka - opcionális

2 HÉT

KOMMUNIKÁCIÓ

Teszteredmények
értékelése

2 HÉT

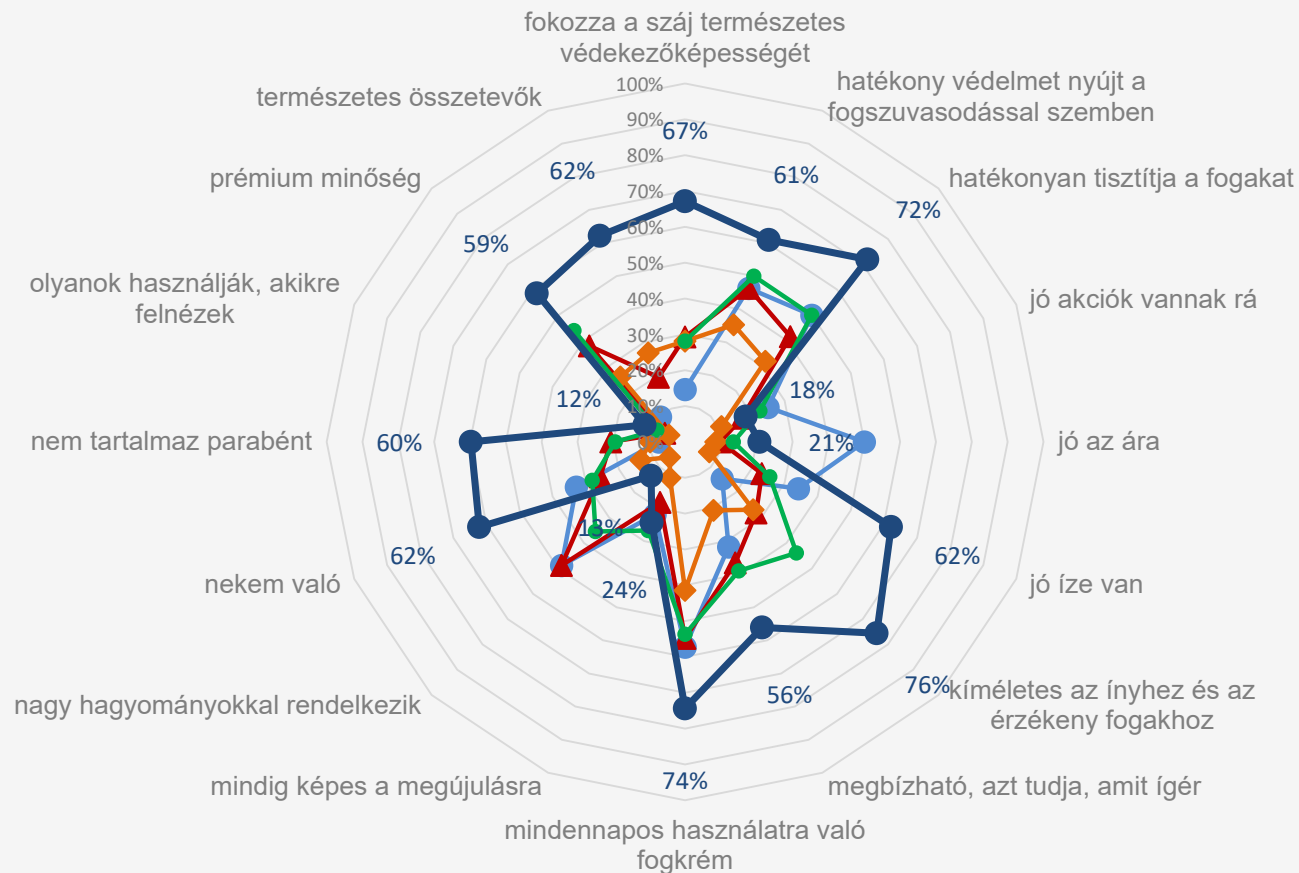
Eredmények
kommunikációja
/ beszámolók

2-4 HÉT

A tesztelés egyes fázisai párhuzamosan zajlanak. A terméktesztelés időtartama a felhívástól a teszteredmény-közlésig ~ 6-7 hét.

Lehetséges kutatási eredmények – Imázs

A tesztelt termék (sötétkék) használat utáni imázsa a versenytársakhoz képest kitűnő. Azokban az ismérvekben marad alul elsősorban, amelyek az ismertséggel és vagy a piacon töltött idővel függenek össze.

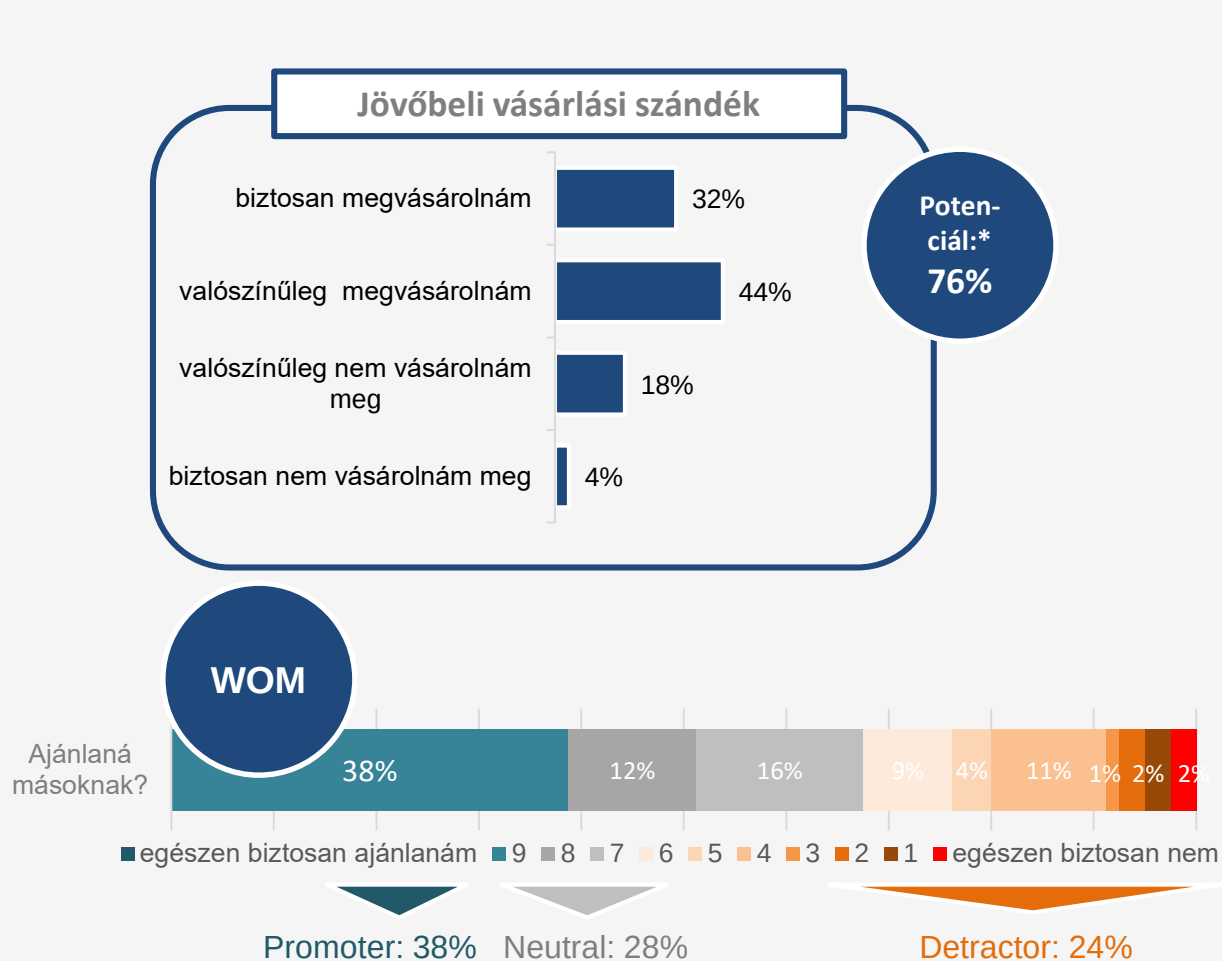


Bázis: Tesztelők, N=100
Tesztelés időpontja: 2018.

Q10.: Most különböző fogkrém márkákat és tulajdonságokat soroltunk fel, kérjük, jelölje, hogy mely márkákra illenek Ön szerint ezek a tulajdonságok?

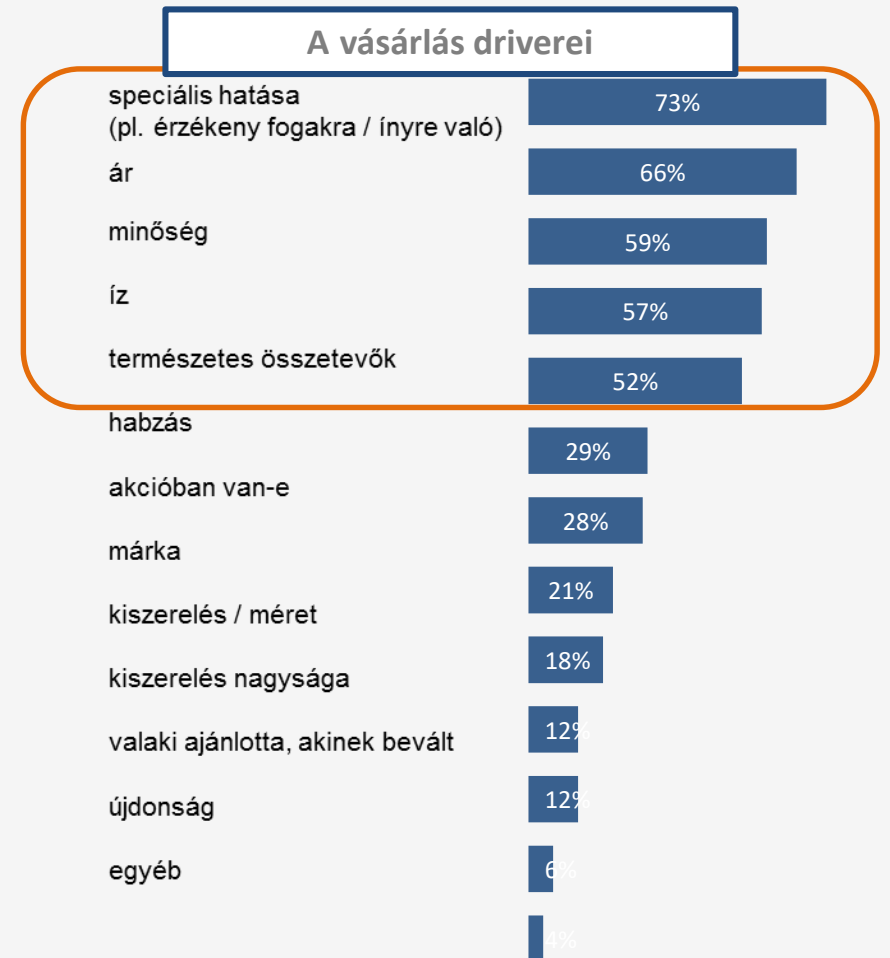
Várható vásárlás és ami befolyásolja

Nagy potenciállal rendelkező termék. A tesztelők körében a fogkrém speciális hatása a legfontosabb vásárlási faktor, ezt követi az ár, a minőség és az íz.



Q14.: Mennyire ért egyet? / Ajánlaná-e az XY fogkrémet barátainak, ismerőseinek?

Bázis: Tesztelők, N=100 Tesztelés időpontja: 2018.



Q12.: Megvásárolná-e a jövőben a XY fogkrémet? / Melyek a legfontosabbak az Ön számára akkor, amikor arról dönt, hogy melyik fogkrémet vásárolja meg? (max 5 válasz)

TERMÉKTESZT KOMMUNIKÁCIÓ

Referenciák és korábbi megjelenések

Central Médiacsoport

TOBORZÁS

BANNER

Teszteld velünk az új
zendium COMPLETE PROTECTION
fogkrémet ingyen, és nyerj!



0% TRICLOSAN, PARABENS, SLS, FLUORIDES

válaszo!ok.hu

www.marieclaire.hu

TESZTEREDMÉNY KOMMUNIKÁCIÓ

EREDMÉNYKÖZLŐ SAS

promóció



Fogkrém, ALAPOSAN letesztelve

Nagyon jól szerepelt a *Zendium* azon a teszten, amelyben száz embert kérdeztek meg, mondják el véleményüket a fogkrémről.

Kellemes íz, fehér fogak és csökkenő fogínyérzékenység – csak néhány a jó tapasztalatok közül.

100 tesztelőből 79 elégedett a *Zendium* fogkrémrel, és 76-an szívesen tesznek a kosarukba a következő vásárlás alkalmával is – ez derült ki a tesztelés időpontjának után adott válaszaikból. A természetes módon ható fogkrém olyan enzimeket és fehérjéket tartalmaz, amelyek a szájban is megtalálhatók. Az íze enyhe, és nem habzik erősen. A tesztelők 77 százaléka kiemelte, hogy a fogkrémnek jó íze van, és 85-en tapasztalták, hogy a fogzománc tiszta érzeti less a használat után.

VÉDJE SZÁJÁT TERMÉSZETESEN!

TERMÉSZETES ENZIMEKEL ÉS FEHÉRJÉKKEL

0% TRICLOSAN, PARABENS, SLS, FLUORIDES

Márta (32)
Szóval, hogy a fogmosás után nem marad tola-
kodó íz a számban, és nem változtatja meg az utána
fogmosást követő egyéb érzeteket. Ezen kívül sa-
padnak még, hogy fogmosás után bizonyos éle-
tek, például a narancslé, egészen más módon
ízre hat. A *Zendium*-mal az egyszerű sem fordult
elő. Ezen kívül, hogy az egészséges fogak
is ilyen jó lesz, az majd hozzájárul a fog
kudarcához.

Kinga (33)
Korábban volt, amikor most az a legfontosabb,
hogy enyhüljön a fogínyérzékenység, amely a
fogmosás után alakult ki. Korábban nem volt
ilyen problémám, de a hormonális változások, ahogy
sok más kórtörténet is, ilyen problémákhoz vezetnek.
Az íze enyhe, és nem habzik erősen. A tesztelők
77 százaléka kiemelte, hogy a fogkrémnek jó íze van,
és 85-en tapasztalták, hogy a fogzománc tiszta
érezte less a használat után.

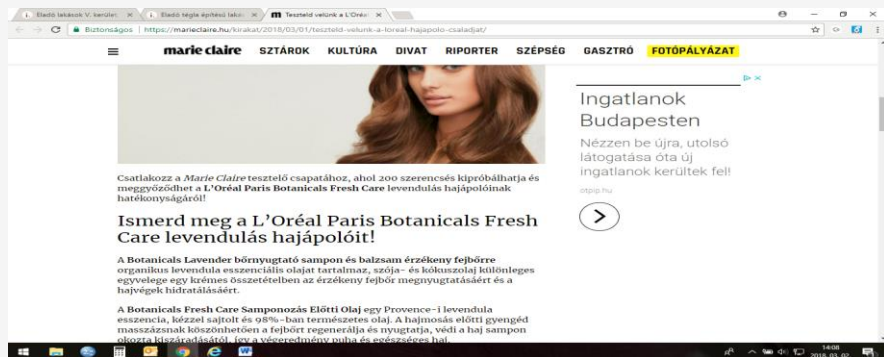
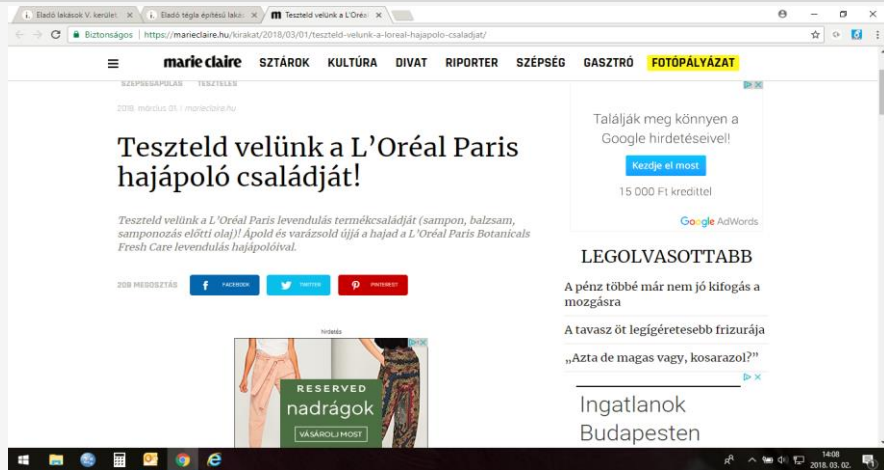
Zsófi (28)
Sajnos, fogkrémek lennének a fogaim, ezt amennyire ki-
emelték. Nekem különösen fontos, hogy amikor mo-
solygok, a fogam fehér és csillogó legyen, gyakran
ellenőrzöm is a tükörben, hogy rendben van-e.
Fogmosás után kellemes, ahogy íze legyen a szá-
mban, nem csípjen, nem volt vörösség, kényelmetlen jó
érzés volt a fogaim mosása.

2018. DECEMBER / MARECLAIRE.HU 99

Marie Claire

TOBORZÁS

BANNEREK



www.marieclaire.hu

+ Hajápolási szokások – nagymintás kutatás

TESZTEREDMÉNY KOMMUNIKÁCIÓ

EREDMÉNYKÖZLŐ SAS

Gyengéd ápolás a levendula erejével

Olvasóink tesztelték a L'Oréal levendulából készült, az érzékeny fejbőr ápolására kifejlesztett Botanicals termékcsaládját. A tesztelők 97%-a elégedett volt, 93 %-a szívesen ajánlja a természetes hajápolókat. Három olvasónk meséli el benyomásait.

Szilvi (34)

Egy-két éve kezdtem el szenvedni a gyakran viszkető, érzékeny fejbőrrel, a zúza semmilyen hajápolási terméket nem vezet meg nálam, hogy alaposan átírn gészrém az összetevők listáját. A Botanicals hajápolási természetes összetevőket tartalmaznak, és a fejbőrben mégis annak örültem, hogy kimondottan az érzékeny fejbőr kímélő ápolására ajánlják. A samponozás előtti olaj a zúza nem nyújtja és regenerálja a fejbőrt, és segít, hogy később se száradjon ki, míg a samponról selymes és fényes lesz a hajam. Összességében úgy gondolom, a Botanicals termékek jó megoldást nyújtanak azoknak is, akik szeretik a tudatos életmód fenntartása mellett is a magas minőséget.

Berta (26)

Bovallom, én elsősorban az illata miatt szerettem bele a Botanicals Lavender samponba. Ha becsukom a szemem, tényleg mintha egy levendulamező közepén érezném magam. Szerencsére a hajammal alapvetően nincs probléma, de a hidegebb hónapokban hajlamos kiszáradni, társadom a hajvégeim, ezért jól jött a levendula esszenciájú olaj és kokuszolajjal készült Botanicals Lavender balzsam extra ápolása. A szőke hajpróba tincsem már az első használat után sokkal puhábbá lettem, és a társadom végek is egészségesebbek néznek ki. És hogy visszatérjek oda, ahol elkezdtem: azt pedig tényleg imádom, hogy minden természetem megédesíti a jó illatot.

Magda (39)

Jó ideje amúgy is győzek ró, hogy én és a családom csak egészséges, természetes, ellenőrzött körülmények között készült termékekkel vegyük körül magunkat, ezért nagyon megörültem a L'Oréal új termékeinek. Számomra fontos, hogy a kozmetikumaim természetesek legyenek, a Botanicals termékek pedig megfelelnek ennek a kritériumnak, ráadásul a sokoldalú gyógy-nővérmek számító levendulával ápolja a hajam. Olyhon rendszeresen használok levendula-illóolaj stresszoldás és immunerősítésre, ezért nagyon megörültem a 99%-ban természetes, közel sejteljű levendula-esszenciát tartalmazó samponozás előtti olajnak. Pluszpont is jár a környezetbarát csomagolásért.



TEKA HYDROCLEAN BEÉPÍTETT SÜTŐ

TOBORZÁS

BANNEREK



AV csomag – Central portfólió

RENDEZVÉNY



+ Fogyasztói szokások – nagymintás kutatás

TESZTEREDMÉNY KOMMUNIKÁCIÓ

EREDMÉNYKÖZLŐ SAS



Marie Claire



Elle



Nők Lapja Évszakok

ONLINE



ONLINE PR CIKK

Rowenta HAJFORMÁZÓ TERMÉKCSALÁD

RENDEZVÉNY



TESZTEREDMÉNY KOMMUNIKÁCIÓ



Viszok Fruzi



Best



Story



KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!
További információért keresse kapcsolattartóját!

CentralMédiacsoport