

Описание проекта.

Тестируемые материалы:

Этикетки продукции овощной консервации бренда «xxx» и конкурентов.

Цель исследования:

Провести сравнительный анализ визуального восприятия этикеток овощной консервации группами потребителей в зависимости от уровня дохода.

Задачи исследования:

1. выделение зон внимания (логотип, название продукции и пр.) и определение чему больше внимания по времени уделяется в целом и представителями отдельных групп по уровню дохода для каждой этикетки
2. последовательность обращения внимания на каждую из выделенных зон в целом и представителями отдельных групп по уровню дохода для каждой этикетки
3. последовательность уделения внимания бренду среди других брендов на картинке
4. запоминаемость отдельных зон внимания в целом и представителями отдельных групп по уровню дохода для каждой этикетки
5. определение спонтанных ассоциаций для каждой этикетки
6. соответствие концепции позиционирования каждого товара
7. восприятие этикетки под маркой «xxx» среди других при выкладке товара¹

Методы исследования:

- eye-tracking тестирование (решение 1-3,7 задач)

¹ Данная задача может быть решена при желании Заказчика. Следует отметить некоторые особенности: имеющееся оборудование не позволяет произвести измерение в реальной ситуации (измерение восприятия выкладки в магазине), а лишь сделать замер по картинке выкладки товара, отображенной на экране монитора. Замер по картинке дает приблизительное восприятие



- полуформализованное интервью «жесткого» формата (решение 4-6 задач)

Участники тестирования:

2 варианта по критериям отбора:

1. отбор тестируемых по уровню дохода (отнесение в ту или иную группу по самооценке респондентами своего дохода)
2. отбор тестируемых по уровню дохода и потреблению конкретного продукта

Количество групп по уровню дохода 3-5 (на выбор Заказчика). В каждой группе по 8 тестируемых. Возможно, при необходимости выравнивание групп по полу и возрасту. Как показывают российские и зарубежные исследования, данного количества тестируемых вполне достаточно, чтобы обнаружить основные проблемы в оформлении тестируемого продукта.

Количество тестируемых может быть увеличено до 50 человек в группе для проведения не только качественного, но и количественного исследования.

Описание процесса исследования:

Тестирование проводится в лабораторных условиях. В офисном помещении каждого участника тестирования усаживают перед монитором, на котором отображаются тестируемые материалы.

Каждому участнику тестирования последовательно на фиксированное количество времени в случайном порядке предлагаются к просмотру картинки с изображением исследуемых этикеток. Каждую этикетку человек может рассматривать в течение одной минуты. Далее респонденту предлагается картинка, на которой изображены этикетки всех трех брендов. Последовательность изображения брендов на картинке для демонстрации респондентам изменяется для каждого тестируемого. При желании протестировать восприятие этикетки под маркой «xxx» среди других при выкладке товара, тестируемым предлагается к просмотру картинка, на которой изображена полка с выложенной продукцией. Картинка соответствует реально существующей выкладке в магазинах. Человек рассматривает картинку в течение 1 минуты. После процедуры тестирования, каждому респонденту предлагается ответить на ряд вопросов, касающихся запоминаемости брендов, ассоциаций, возникающих в отношении каждого бренда, определения концепции позиционирования каждого бренда.

Смета и сроки на проведение тестирования 1 этикетки (+ 3 конкурента)

№	Вид работы	Сроки	Стоимость
1	Составление сценария тестирования (детальное описание проекта и составление бланка полужформализованного интервью), составление анкеты для рекрута респондентов	2 дня	5000 руб
2	Рекрут респондентов	3-7 дней	
3	Проведение лабораторного тестирования (стоимость включает рекрутинг, вознаграждение респондентам, аренду помещения для тестирования, амортизацию оборудования и т.п.)	20 чел: 1 день 40 чел: 2 дня 150 чел: 8 дней 250 чел: 14 дней	2000 руб за 1 респондента
4	Обработка полученных с помощью eye-tracker'а данных	2-4 дня	10000 руб
5	Анализ данных, рекомендации, составление отчета	5 дней	20000 руб
6	Налог		6%
ИТОГО		10-25 дней ²	3 группы по 8 респондентов: 87 980 руб 5 групп по 8 человек: 121 900 руб 3 группы по 50 человек: 355 100 руб 5 групп по 50 человек: 567 100 руб
Тестирование каждой дополнительной этикетки увеличивает стоимость исследования на 15% при тестировании на тех же респондентах.			

² С учетом того, что ряд работ выполняется одновременно