



Das Produkterlebnis ist unverzichtbar

INNOFACT Verkostung im Teststudio

Menschen müssen Produkte erleben, um sich ein fundiertes Urteil bilden zu können. Gerade bei der Bewertung „echter“ Neuprodukte, die über eine reine Line Extension hinausgehen, spielen oft Haptik und Geschmackswahrnehmung eine große Rolle.

Ganze Produkt- und Foodkategorien wären nicht entstanden, wenn man Kunden lediglich gefragt hätte, ob sie Produkt X oder Y brauchen. Erst wenn Testpersonen tatsächlich das Produkt sehen oder sogar probieren können, wird klar, ob und wie es sich in tägliche Verwendungssituationen einfügen könnte.

Daher bietet **INNOFACT** ganzheitliche Erhebungen als Face-to-Face-Befragung im Teststudio mit Produktverkostung und gegebenenfalls auch mit Blindverkostung an.



Das schmeckt dem Kunden

INNOFACT kann deutschlandweit auf verschiedenste Teststudios zurückgreifen. Zusammen mit geschulten Interviewern und gut ausgestatteten Testplätzen, die auch Küchen mit ausreichend Kühlmöglichkeiten beinhalten, simuliert **INNOFACT** ein echtes Produkterlebnis, das den Probanden eine realistische Einschätzung ermöglicht.

So funktioniert es

- Der Auftraggeber sendet die Testmuster (in ausreichender Anzahl und – sofern relevant – unter Beachtung der Kühlkette) direkt an die ausgewählten Teststudios.
- **INNOFACT** entwickelt einen für die Fragestellungen des Kunden maßgeschneiderten Fragebogen.
- Die Interviews werden von speziell für dieses Projekt geschulten Interviewern durchgeführt.
- Die Durchführung erfolgt per CAPI-Interview als Online-Fragebogen. Der Interviewer gibt die Antworten der Probanden, die direkt in Einzelinterviews befragt werden, direkt in den PC oder das Tablet ein, was Zeit- und Kostenvorteile bedeutet. Eine nachträgliche Datenerfassung entfällt!
- Die Testprodukte werden den Befragten vom Interviewer vorgelegt, ebenso die Antwort-Skalen und entsprechendes Bildmaterial.
- Es besteht die Möglichkeit, dass der Auftraggeber an einem Tag der Wahl vor Ort ist und Interviews mit Testpersonen durch einen Einwegspiegel beobachtet.

Diese Fragen werden beantwortet

- Welche Wünsche und Bedürfnisse haben Verbraucher im Hinblick auf das untersuchte Produkt?

- Entspricht die Geschmackswahrnehmung der Verbraucher auch der von den Produktentwicklern intendierten Wahrnehmung?
- Welche Rezeptur kommt bei den Verbrauchern besser an und warum?
- Wie schneidet das Produkt geschmacklich auch im Vergleich zum Wettbewerb ab?
- Werden Veränderungen bei der Rezeptur eines bestehenden Produkts wahrgenommen und wenn ja, welchen Einfluss hat dies auf das Produkt- und Markenimage?
- Würde der Kunde das Produkt ausprobieren, wieder kaufen oder weiterempfehlen?

Das liefert INNOFACT

- Ansatzpunkte für Optimierungen, um das Produkt am Markt besser positionieren zu können.
- Generierung relevanter Insights bezüglich Optimierungspotenzialen und Anpassung der Produktidee an die Wünsche und Bedürfnisse der Verbraucher.
- Ideen für eine mögliche Überarbeitung oder Anpassung der Kommunikation und Produktbeschreibung.
- Entscheidungshilfen für die Weiterverfolgung, Überarbeitung oder Neujustierung der Produktstrategie.
- Detaillierte Informationen zur ganzheitlichen Wahrnehmung der Produktidee (Konzept, Optik, Haptik, Geschmack) aus Verbrauchersicht.
- Ergebnislieferung mittels leicht verständlichem und aussagekräftigem Report inklusive Management Summary und Handlungsempfehlung.
- Langjährige Erfahrung mit Studiotests.
- Vorrekrutierung von Probanden (wenn notwendig oder gewünscht) über das bundesweite **INNOFACT** Consumerpanel.

Foto: Fotolia.de