

ТЕСТОВАЯ ЛАБОРАТОРИЯ



Тестовая лаборатория – специально оборудованное помещение в ТЦ «Перекресток», предназначенное **для оптимизации структуры и качества ассортимента** в сетях X5 Retail Group и оказания услуг производителям FMCG товаров.



В лаборатории проводятся количественные и качественные методы маркетинговых исследований **для изучения потребительского спроса.**

Основными преимуществами Лаборатории являются:

- скорость получения результатов (уже через 5 дней после начала исследования),
- прямой рекрут на территории ТЦ,
- возможность более точного таргетирования групп.

Благодаря новой Лаборатории, **клиенты** X5 Retail Group **смогут** в полной мере **соответствовать высоким стандартам**, как по качеству продукции, так и по определению ассортиментной политики, исходя из меняющихся потребностей покупателя.

Официальные требования X5 Retail Group к поставляемому товару

Товар имеет безусловное и постоянное качество

Товар востребован покупателем

Товар удовлетворяет запросам покупателей и компании по цене

Товар поставляется Поставщиком бесперебойно

Товар имеет штрих- код

Товар фасован Поставщиком

Товар должен приходить на склад на паллетах

Упаковка товара должна выдерживать не менее 5 перегрузок

Различные тесты и опросы позволят в кратчайшие сроки получать данные о восприятии потребителями **вкуса и качества** различных продуктов, а также их упаковки и названия.

Предоставление первых результатов клиенту (стандартный набор таблиц в формате Excel) в день окончания полевых работ.

Расположение Лаборатории в Торговом Центре «Перекресток»



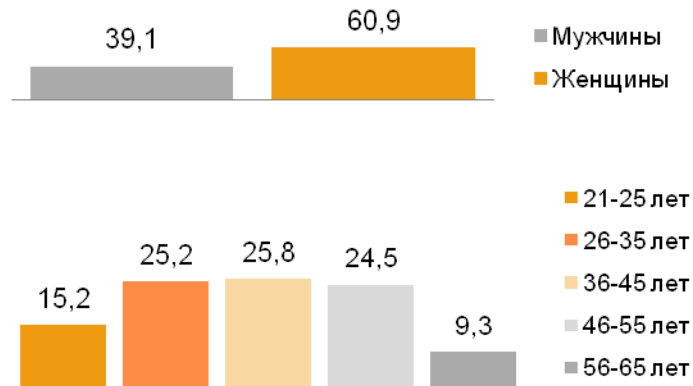
Транзит через МКАД и микрорайон Северное Бутово

Жители элитного комплекса «Синяя птица»

Тестовая лаборатория

Жители домов советской постройки + жители новостроек

Портрет целевой аудитории

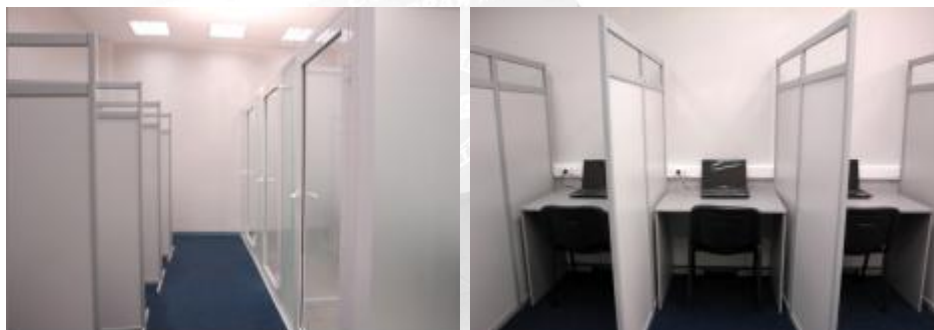


Описание

1. *Стеклянные кабины* предназначены для проведения дегустации продукта.
2. *Кухонная зона* с возможностью приготовления, хранения, подогрева различных образцов.
3. *Тестовая зона* с оборудованными компьютерами для проведения разного рода тестирований.
4. *Фокус - групповая комната* для проведения в лаборатории различных качественных методов исследований.

Адрес: г. Москва, Старокачаловская ул., 15





В комнате организованы 6 рабочих мест, оборудованных компьютерами, для проведения тестов упаковки, концепций, названия, цены.

Напротив компьютеризированных столов расположены 3 стеклянные кабины для проведения дегустаций и других органолептических тестов продуктов.

Кухонная зона оборудована техникой, позволяющей организовать приготовление, хранение и подогрев различных образцов и продуктов в требуемых условиях. В кухне расположено холодильное оборудование для хранения продуктов, бытовая техника для разогрева и приготовления образцов, организовано водоснабжение.





Каждая тестовая cabina оборудована рабочим столом из легко очищаемого материала, не впитывающего запахи, и индивидуальным окном выдачи продукта, расположенным в смежной с кухней стене. Наличие отдельного окна выдачи позволяет организовать передачу образца прямо в тестовую cabina, что, в свою очередь, соответствует стандартам ГОСТ в вопросе проведения дегустаций. Окна выдачи также позволяют соблюдать и контролировать строгую очередность тестирования образцов. Помимо перечисленного оборудования в cabina установлена раковина с питьевой водой для утилизации жидкости и, при необходимости, очищения полости рта между пробами образцов. Все тестовые cabins также оборудованы компьютерами для заполнения анкеты в режиме онлайн.





Фокус - групповая комната лаборатории предназначена для проведения качественных методов исследований - глубинных интервью и ФГ дискуссий.

В комнате расположен конференс - стол с возможностью комфортного размещения 9-10 участников дискуссий, проектор и настенный экран для демонстрации материалов. Также в комнате установлены видео камеры для записи и трансляции хода исследования.



Для комфортного размещения клиентов и наблюдения за ходом интервью в лаборатории организована клиентская комната.

В данном помещении предусмотрена зона отдыха с комфортным диваном, установлено зеркало one-way mirror для наблюдения за дискуссией (как в фокус - групповой комнате, так и в тестовой зоне), а также предусмотрена трансляция дискуссии на ЖК панель.

ВОЗМОЖНОСТИ ЛАБОРАТОРИИ

Интервьюер идентифицирует нужного респондента,
изучив набор продуктов в его корзине/на ленте кассы.

После идентификации по потребительской корзине, интервьюер приглашает респондента к стойке компании Ромир и задает несколько отборочных вопросов скринера.

При условии успешного заполнения скринера и согласия принять участие, респондент приглашается в скрининговую зону лаборатории для финальной сверки квот.

Органолептические качества - одни из самых важных характеристик любого продукта и фактор выбора среди продуктов-конкурентов

Цель тестирования:

- Определение оптимальных характеристик продукта с точки зрения потребителей
- Оценка тестируемых вариантов относительно продуктов конкурентов/аналогов



Этап 1 «Глаз»	Этап 2 «Нос»	Этап 3 «Рот»
Визуальная оценка продукта: <ul style="list-style-type: none">- Внешний вид в целом- Внешний вид отдельных составляющих- Форма, структура	Обонятельное восприятие продукта: <ul style="list-style-type: none">- Запах	Вкусовая оценка: <ul style="list-style-type: none">- Вкусовые качества продукта- Послевкусие

* Органолептика — метод определения показателей качества продукции на основе анализа восприятий органов чувств — зрения, обоняния, слуха, осязания, вкуса.

ТЕСТИРОВАНИЕ УПАКОВКИ



Упаковка - одно из самых мощных средств стимулирования сбыта и важнейший фактор выбора

Цель тестирования:

- Выбор оптимального, с точки зрения потребителей, варианта **упаковки** продукта
- Оценка тестируемых вариантов упаковки относительно упаковок конкурентов



Этап 1 Тестирование упаковок в конкурентной среде	Этап 2 Сравнение тестируемой упаковки и упаковок - основных конкурентов	Этап 3 Индивидуальная оценка
<p>1) Демонстрация стенда, на котором выставлено 5-9 марок, в том числе и тестируемая . Цель: выяснить заметность и запоминаемость упаковки в конкурентной среде</p> <p>2) Оценка желания/намерения приобрести представленные марки</p>	<p>1) Демонстрация всех тестируемых упаковок детально</p> <p>2) Сравнение упаковок между собой</p>	<p>Детальная оценка упаковки:</p> <ul style="list-style-type: none">- Выявление преимуществ- Выявление недостатков (функциональность, внешний вид, удобство использования)



Важно узнать, какой должна быть реклама, чтобы привлечь внимание и вызвать изменение потребительского поведения
Важно оценить эффективность уже существующей рекламы

Цель тестирования:

- Понимание концепции
- Уникальность концепции
- Важность отдельных элементов коммуникации
- Доверие к представленной информации
- Стимулирование покупки



Этап 1 Уровень запоминаемости	Этап 2 Понимание и уникальность концепции	Этап 3 Эмоциональная оценка
<p>1) Демонстрация ряда рекламных роликов, включая тестируемый</p> <p>Цель: выяснить запоминаемость ролика в целом</p> <p>2) Оценка уровня запоминаемости элементов тестируемого ролика</p>	<p>Фокусировка на тестируемом ролике</p> <p>Оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Уникальности - Ясности рекламной идеи 	<ul style="list-style-type: none"> - Что нравится/ не нравится в предлагаемой концепции (концепциях) - Оценка уровня доверия к представленной в рекламе информации - Уровень побуждения к совершению покупки

Метод позволит получить «глубинную» информацию о привычках потребления, критериях выбора продукта, выявить эмоциональное и рациональное восприятие концептов

Возможность проведения:

- Традиционных и мини ФГ дискуссий
- Креативных ФГ дискуссий
- Глубинных и экспертных интервью



Этап 1 Рекрут	Этап 2 Проведение ФГ
<ol style="list-style-type: none"> 1) Организация рекрута в месте проведения исследования (в прикассовой зоне супермаркета) 2) Организация пре-рекрута и приглашение респондента на место проведения исследования 	<p>Продолжительность каждой фокус-группы: от полутора до двух часов. Фокус-группы будут проведены в специально оборудованном помещении. Процесс проведения всех фокус – групп будет записан на DVD.</p> <p>При желании, Клиент имеет возможность непосредственно присутствовать во время проведения исследования.</p> <p>Все фокус - группы проводит профессиональный модератор Ромир.</p>

Для производителя очень важно получить возможность наблюдения за потребителем в условиях совершения покупки, максимально приближенных к реальным

Цель исследования:

- Наблюдение за покупательским поведением
- Прогнозирование того, что произойдет при конечном знакомстве «тет-а-тет» покупателя и продукта



Этап 1 Рекрут	Этап 2 Наблюдение в магазине	Этап 3 Глубинное интервью
<ol style="list-style-type: none">1) Организация рекрута в месте проведения исследования (в прикассовой зоне супермаркета)2) Организация пре-рекрута и приглашение респондента на место проведения исследования	<p>Профессиональный модератор сопровождает респондента в магазине, наблюдая за предпочтениями и потребительским поведением респондента, не вмешиваясь в данный процесс.</p> <p>Покупка с сопровождением фиксируется на видео-носитель.</p>	<p>Модератор фиксирует особенности покупательского поведения респондента (спонтанность выбора того или иного продукта, мотивы и критерии покупки тех или иных товаров).</p> <p>В процессе дальнейшей беседы покупатель комментирует свое поведение, приводит аргументы выбора.</p>

Название теста	Описание основных задач	Выборка	Стоимость за 1 тест, руб. С НДС
Concept test	Понимание концепции: Насколько предлагаемая концепция понятна? Что именно нравится/ не нравится потребителю в предлагаемой концепции?	200	259 600
Design test/ Package desing test	Восприятие дизайна: Что именно нравится/ не нравится в предлагаемом дизайне? Что необходимо изменить в дизайне с точки зрения потребителя? Насколько данный дизайн упаковки соответствует тестируемому продукту? Насколько вероятно, что респондент приобретет продукт, учитывая, дизайн?	200	259 600
Price test	Ценовое ожидание и намерение покупки: Какая стоимость продукта является оптимальной/завышенной с точки зрения потребителя? Насколько вероятно, что респондент приобретет продукт по предлагаемой производителем цене?	200	283 200
Concept, design and price test (light complex)	Комплексное изучение отношения к концепту и дизайну продукта, зная его стоимость. Версия light, так как на тестирование каждого параметра отводиться до 5 вопросов анкеты	200	320 960
Name test	Восприятие названия тестируемой продукции: Что именно нравится/ не нравится в предлагаемом названии? Что необходимо изменить в названии с точки зрения потребителя? Насколько название соответствует тестируемому продукту?	200	259 600
Organoleptic test	Дегустация продукта: Насколько потребителям понравится вкус/цвет/запах/послевкусие продукта? Насколько продукт является кислым/сладким/вкусным с точки зрения потребителя?	150	354 000
Concept and price test (light complex) + Organoleptic test	Комплексное изучение отношения к концепту и дизайну продукта, зная его стоимость. Версия light, так как на тестирование каждого параметра отводиться до 5 вопросов анкеты + тестирование вкусов	270	474 360
Shelf - test	Тестирование продукта/упаковки в конкурентной среде с помощью моделирования торговой полки магазина , на которой демонстрируется тестируемый продукт и продукты-конкуренты	200	306 800

Качественные методы		Стоимость за 1 группу/интервью, руб. С НДС
Стандартные подходы	Фокус Групповые дискуссии (стандарт) 4-6 групп	212 400 – 318 600
	Глубинные интервью (12)	200 000
Специальные подходы	Мини ФГ дискуссии (4 - 6 человек) 4-6 групп	165 200 – 247 800
	Креативные ФГ дискуссии (4 группы)	270 000
	Покупка в сопровождении, 12 интервью	325 700

Описание		Стоимость договора, руб. С НДС	Скидка от стандартной цены
1	Полугодовой контракт на все виды тестов	От 1 600 000	10%
2	Годовой контракт на все виды тесты	От 4 000 000	15%
3	Годовой контракт на все виды тесты + качественные исследования	От 7 000 000	20%

- ✓ Количество тестов и других исследований определяется исходя из стандартной цены с учетом скидки в рамках стоимости контракта.
- ✓ Тайминг и время проведения согласуются дополнительно, заранее..
- ✓ Стоимость договора, может быть увеличена из расчета планирующегося количества и типа исследований.

Менеджеры, Москва

Епифанова Татьяна
Ведущий менеджер категории:
Заморозка, рыба
тел.: +7 (495) 662 8888
Доб. 41-449
E-Mail: Tatyana.Epifanova@x5.ru

Артамонова Наталья
Ведущий менеджер категории:
сопутствующие товары
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 267
e-mail: Natalia.Artamonova@x5.ru

Моисеенко Наталья
Ведущий менеджер категории:
бакалея
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 126
e-mail: Natalia.Moiseenko@x5.ru

Бугрова Елена
Ведущий менеджер категории:
консервация
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 121
e-mail: Elena.Bugrova@x5.ru

Кириллова Ольга
Ведущий менеджер категории:
Мясная гастрономия
тел.: +7 (495) 662 8888
Доб. 41 203
e-mail: Olga.Kirillova@X5.ru

Перепелкина Анна
Ведущий менеджер категории:
кондитерские изделия
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 297
e-mail: Anna.Perepelkina@x5.ru

Чернова Олеся
Ведущий менеджер категории:
молочные продукты
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 124
e-mail: Olesya.Chernova@x5.ru

Ирина Аганина
Ведущий менеджер категории:
non-food
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 431
e-mail: Irina.aganina@x5.ru

Грошева Оксана
Ведущий менеджер категории:
непоставщики, арендаторы, сотовая связь, тур. агентства, фармацевтика, медицина
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 334
e-mail: Oksana.Grosheva@x5.ru

Мерабова Екатерина
Ведущий менеджер категории:
слабоалкогольные напитки, табак
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 113
e-mail: Ekaterina.Merabova@x5.ru

Корнеева Юлия
Ведущий менеджер категории:
крепкий алкоголь
тел.: +7 (495) 662 8888
доб.: 41 125
e-mail: Yuliya.Korneeva@x5.ru

Менеджеры, Санкт-Петербург

Нифонтова Ольга
Ведущий менеджер категории:
бакалея, консервация
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 209
e-mail: Olga.Nifontova@x5.ru

Побединская Ольга
Ведущий менеджер категории:
кондитерка
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 632
e-mail: Olga.Pobedinskaya@x5.ru

Махотина Виктория
Ведущий менеджер категории:
сопутствующие товары
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 117
e-mail: Viktoriya.Mahotina@x5.ru

Соколова Светлана
Ведущий менеджер категории:
non-food, овощи, фрукты
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 370
e-mail: S.Sokolova@x5.ru

Невзоров Игорь
Ведущий менеджер категории:
**непоставщики, арендаторы, сотовая
связь, тур. агенства, фармацевтика,
медицина**
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 621
e-mail: Igor.Nevzorov@x5.ru

Волкова Анна
Ведущий менеджер категории:
**заморозка, рыба, мясная
гастрономия**
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 362
e-mail: Anna.Volkova@x5.ru

Прокопенко Мария
Ведущий менеджер категории:
молочные продукты
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 501
e-mail: Maria.Prokopenko@x5.ru

Кудрявцева Ольга
Ведущий менеджер категории:
крепкий алкоголь
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 160
e-mail: Olga.Kudryavceva@x5.ru

Копнина Елена
Ведущий менеджер категории:
слабоалкогольные напитки, табак
тел.: +7 (812) 449-97-97
доб.: 16 230
e-mail: elena.kopnina@x5.ru

Менеджеры, регионы

Никифорова Ольга

Ведущий менеджер **Приволжский филиала**

г. Казань, ул. Ямашева, 93

тел.: +7 (843) 527-01-05

доб.: 47 073

моб.: +7-903-387-61-06

e-mail: Olga.Nikiforova@x5.ru

Андонова Елизавета

Ведущий менеджер **Южного филиала**

г. Ростов-на-Дону, пр. Коммунистический, д. 32

тел.: +7 (863) 237-07-20

доб.: 35 201

моб.: +7-928-919-15-78

e-mail: Elizaveta.Andonova@x5.ru

Сабурова Юлия

Ведущий менеджер **Уральского филиала**

Г. Екатеринбург, ул. Опалихинская д. 27

Тел. +7 (343) 253-58-85

Доб. 54 136

Моб. 8-904-17-11-228

E-mail: Yuliia.Saburova@x5.ru

Богова Любовь

Ведущий менеджер **Волго-Вятского филиала**

г. Нижний Новгород, ул. Литвинова, д. 74 корп. 30

тел.: +7 (831) 277-82-51

доб.: 23 346

моб.: + 7-905-191-76-05

e-mail: Lyubov.Bogova@x5.ru

Тычинская Людмила

Ведущий менеджер **Южного филиала**

г. Ростов-на-Дону, пр. Коммунистический, д. 32

тел.: +7 (863) 237-07-20

доб.: 35-199

моб.: +7 (918) 516-89-73

e-mail: Lyudmila.Tichinskaya@X5.ru

Крылов Михаил

Ведущий менеджер **Средне-Волжского филиала**

г. Самара, ул. Стара Загора 202

тел.: +7 (846) 342-64-42

доб.: 36 236

моб.: +7-927-658-27-88

e-mail: Mikhail.Krylov@x5.ru

Гобедашвили Александр

Ведущий менеджер **Волго-Вятского филиала**

г. Нижний Новгород, ул. Литвинова, д. 74 корп. 30

тел.: +7 (831) 277-82-51

доб. 232 12

e-mail: Aleksander.Gobedashvili@x5.ru

Чернова Ирина

Ведущий менеджер **Центрально-Черноземного филиала**

г. Липецк, Гагарина, 100 б.

тел.: 8(4742) 252-170

доб.: 32-170

e-mail: I.Chernova@x5.ru

Корсун Сергей

Ведущий менеджер **Средне-Волжского филиала**

г. Самара, ул. Стара Загора 202

тел.: +7 (846) 342-64-42

доб. 36 285

моб. +7-927-901-11-41

e-mail: Sergey.Korsun@x5.ru