

Skal vi hjælpe jer med forbrugeranalyser?

Få styr på jeres målgruppers præferencer indenfor pris, smag, duft, udseende, konsistens, brand, emballage og/eller købsintention.

At arbejde med forbruger test er værdifuldt hvis I arbejder med følgende områder:



Ingrediensændring



Nyt produkt



Forbedre salg



Markedsføre på produktets egenskaber

Hvor stærkt er jeres produkt i forhold til konkurrenternes?

Hos Food Innovation House kan I få et redskab til at kende jeres produktkategori og sikre produktets placering i kategorien.

Testen henvender sig til jer, der ønsker en beskrivelse af en produktkategori, herunder jeres og eventuelle konkurrenters produkter. Det er en testform, hvor I, i et ekspertteam på alt fra 3-6 personer beskriver, hvordan egenskaberne i produkterne opleves, og hvor I, som virksomhed, kan få et samlet overblik over en hel produktkategori. Denne testform giver en sensorisk forståelse af et produkts egenskaber og en indsigt i, hvorvidt det vil være hensigtsmæssigt at tilrette smag, konsistens, udseende eller duft.

Vores opgave er at styre processen, så I får størst muligt udbytte af testen og den afsluttende rapport. Sammen finder vi parametre, som giver størst værdi at måle på. Her får vi en unik mulighed for at forstå, hvordan produkterne klarer sig op imod hinanden. Fx om jeres produkt ligger der, hvor I forventer i forhold til andre produkter. Herunder, hvilke egenskaber I ønsker at optimere for at få et bedre produkt på markedet. Samtidigt får I sat en række ord på hvert produkt i kategorien, som I kan gøre brug af i jeres salgsarbejde. Herudover kan kategoritesten bruges som indledende arbejde til at gennemføre en smagstest med forbrugere. Metoden kan bruges til at udvikle:

Kommunikationsværktøj

Hvad siger vi internt i virksomheden, såvel som i eksternt marketingmateriale?

Nyt Marked

Hvordan skal produktet ligge sensorisk i produktkategorien på det nye marked?

Smagsoplevelsen

Hvilke smagsegenskaber skal ændres for at opnå de sensoriske egenskaber i forhold til den øvrige kategori?

Udvælge produkter til smagstest

Hvilke produktegenskaber skal forbrugerne bedømme jeres produkter på?

Deltagere:

Min. tre medarbejdere

Materiale:

Min. fem produkter indenfor samme kategori.

Vejl. pris:

19.000 kr.

Vil du høre mere?

Kontakt:
Food Innovation House
Helle Lorensen
hl@foodinnovationhouse.dk

- for en uforpligtende snak om hvor meget værdi en test kan tilføre jer.



Fødevareudvikling foregår ofte i et agilt miljø, hvor der arbejdes hurtigt i de forskellige udviklingsprocesser. Det kan derfor være svært at afse tid til at prioritere store tests undervejs. For at sikre at de stærke indsigter opsamles, så koncept og produkt bliver en succes, tilbyder vi at gennemføre de relevante tests, som nemt tilpasses udviklingsprocessen.

Er jeres produkters smag klar til markedet?

Hos Food Innovation House kan du få gennemført en sensorisk forbrugertest. I får viden om, hvad der skal arbejdes med, for at jeres produkt optimeres.

Har I brug for at forstå forbrugerens præference af jeres produkt og dets egenskaber målt op imod jeres egne eller konkurrentprodukter? Denne testform giver jer en sensorisk forståelse for jeres produkts egenskaber med styrker og svagheder.

I en smagstest undersøger vi hvilke egenskaber, der skaber høj præference og ser på, hvilke egenskaber der kunne tilrettes. I kommer til at forstå produktet på en ny måde. Både målt op imod egne og konkurrenters varianter.

Food Innovation House danner, i samspil med jer, et test-setup, som sikrer de ønskede indsigter. Vi rekrutterer forbrugere indenfor målgruppen, og vi gennemfører testen på vores fysiske adresse i Vejle. Smagstesten foregår som blindsmagning, men en udvidet test kan gentages, hvor brandet kendes på forhånd. Det kan give en forståelse for, hvilken effekt et brand har for præferencen af produkterne.

Afslutningsvis udarbejder vi en rapport og afrapporterer til jer, således I kan forsætte jeres udviklingsproces og implementere de nye indsigter. Den sensoriske metode kan bruges som:

Undersøgelsesværktøj:

Hvad er forbrugerens holdning til et nyt produkt, og hvad driver købsintentionen?

Vejledning:

Hvilke produkter leverer bedst i forhold til konkurrenter, og kan produktet forbedres?

Validering:

Hvilke produkter leverer bedst? Er der behov for videreudvikling?

Validering informeret:

Hvor godt matcher produktets forventninger til oplevelsen? Stemmer forventningerne og oplevelsen overens med den totale accept af produkterne? Hvordan skal produkterne forbedres for at nå forventningerne?

Optimering:

Testen dokumenterer, om der er brug for ændringer og i så fald hvilke.

Indsalg:

Redskab til argumentation for kvalitet op imod konkurrenter.

Deltagere:

Relevant målgruppe
Screening 30-80 deltagere
Fuld skala 100+ deltagere

Materiale:

3-6 produkter indenfor
samme produktkategori

Vejl. pris:

Ved 50 deltagere
ca. 46.500 kr.
plus aflønning af forbrugere

Vil du høre mere?

Kontakt:
Food Innovation House
Helle Lorensen
hl@foodinnovationhouse.dk

- for en uforpligtende snak
om hvor meget værdi en
test kan tilføre jer.



Fødevareudvikling foregår ofte i et agilt miljø, hvor der arbejdes hurtigt i de forskellige udviklingsprocesser. Det kan derfor være svært at afse tid til at prioritere store tests undervejs. For at sikre at de stærke indsigter opsamles, så koncept og produkt bliver en succes, tilbyder vi at gennemføre de relevante tests, som nemt tilpasses udviklingsprocessen.

Er I skarpe på konceptet?

I Food Innovation House kan du få gennemført en koncepttest, så I kan arbejde målrettet med forbrugerens købsintention og prisstrategi og dermed sikre en stærk (re)lancering.

Denne testform giver jer en stor viden genereret på kort tid. Ved hjælp af en online spørgeundersøgelse, der sendes ud til et bredt demografisk udsnit af målgruppen opsamles data målrettet og hurtigt.

I koncepttesten undersøger vi jeres tvivlsspørgsmål omkring et eller flere koncepter, og vi finder i fællesskab en stærk spørgeramme, som giver jer netop de indsigter, der gør jer klædt på til at tage næste skridt i produktudviklingsprocessen. Vi kan undersøge emner som prisniveau, købsintention, emballagetyper, mærkninger eller andet, der måtte være relevant for netop jeres koncept.

Vi udarbejder testen, som gennemføres online, og I får en kvantitativ analyse, der kan lede til afklaring af de væsentligste spørgsmål. Vi afleverer en rapport og afrapporterer til jer, så I kan fortsætte udviklingsprocessen og implementere de nye indsigter, med henblik på, at konceptet bliver en succes. Testen kan i korte træk:

Undersøge:

Hvad er forbrugerens holdning i forhold til et nyt koncept i markedet, og hvad driver købsintentionen?

Vejlede:

Hvor høj er købsintentionen for forbrugeren i forbindelse med konceptet?

Fødevaremærke:

Hvilke fødevaremærkninger har indvirkning på dit produkt?

Validere:

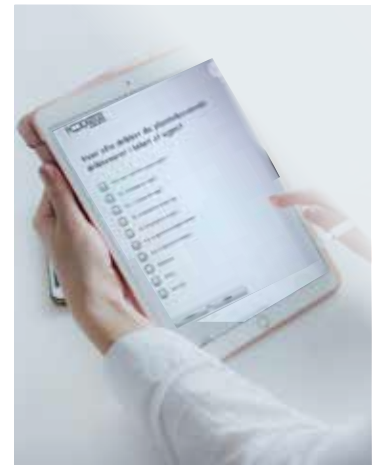
Hvad omkring konceptet betyder mest for forbrugeren? På hvilke prisniveauer leverer konceptet bedst? Er der behov for videreudvikling?

Optimere:

Hvordan optimerer vi pris, branding og emballage for at sikre et stærkt koncept?

Indsælge:

Få salgargumentationen på plads med konkurrenternes produkter in mente.



Deltagere:

Relevant målgruppe, min. 100 forbrugere pr. koncept

Vejl. pris:

Ved 100 forbrugere ca. 29.850 kr.

Vil du høre mere?

Kontakt:
Food Innovation House
Helle Lorensen
hl@foodinnovationhouse.dk

- for en uforpligtende snak om hvor meget værdi en test kan tilføre jer.

READY TO LAUNCH?

- > Forbruger-undersøgelse ✓
- > Konkurrent-analyse ✓
- > Mærkning og lovgivning ✓
- > Test konceptet af ✓
- > Optimer ✓
- > Sælg konceptet ind ✓

Fødevareudvikling foregår ofte i et agilt miljø, hvor der arbejdes hurtigt i de forskellige udviklingsprocesser. Det kan derfor være svært at afse tid til at prioritere store tests undervejs. For at sikre at de stærke indsigter opsamles, så koncept og produkt bliver en succes, tilbyder vi at gennemføre de relevante tests, som nemt tilpasses udviklingsprocessen.