

地方で行うテストマーケティング。 店頭の様子も含めてインタビューしたい

食品のテスト販売検証オンライングループインタビュー

<背景と課題>

某食品メーカー様が、ある新製品のテスト販売を静岡県内の20店舗で実際されました。店頭に於いては、新製品コンセプトが伝わるように特別なディスプレイを施し、販促物も準備。実際の新製品の評価と共に、店頭でコンセプトが理解できたかを検証したいと考えておられました。



<結果>

インタビューでは、実際の味の評価は高かったものの、店頭でのわかりやすさや自宅での調理方法に関して様々な問題点、改善点が指摘され、非常に有意義なものとなりました。

<ご提案内容>

店頭訪問とオンラインインタビューを組み合わせた調査設計を提案させていただきました。

1.リクルート

テスト販売を実施している店舗周辺居住者をリクルートしオンライングループインタビューに参加依頼



2.事前店舗訪問

オンライングループインタビューは土曜日14：00から実施、その直前のお昼に対象者に店舗を訪問するように依頼

※ 店舗訪問の際には売り場を視察していただくと共に、実際に新製品を購入していただきました。またグループインタビュー直前に、その新商品を試食してもらうように依頼を行いました。



3.オンライングループインタビュー

対象者は自宅のPCから参加

- 店頭で新商品のコンセプトが理解できたか（ディスプレイ/販促物の評価）
 - 自宅での調理のしやすさの評価
 - 味の評価
- を中心にインタビューを実施

<ココがポイント>

この調査では、店頭購入～自宅での使用をインタビュー直前に実施してもらったことによって、FMOT（First Moment of Truth：店頭での評価）とSMOT（Second Moment of Truth：製品使用後の評価）に関する詳細な意見を得ることが出来ました。