



CAN YOU HEAR US?



CONSUMER DEMAND &
INSIGHT MONITOR



ЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ – КЛЮЧ К УСПЕХУ ПРОДУКТА

- На что потребители обращает внимание при выборе товара?
- Какие факторы выбора более существенны для потребителей, а какие менее?
- Насколько потребители чувствителен к изменению цены на товар?
- Как потребители воспринимает ваш бренд?
- Какое отношение потребителей к вашему товару/бренду/компании?
- Какие недостатки и достоинства у вашего товара по мнению потребителей?
- Что потребители хотели бы получить, каких продуктов не хватает потребителю?



ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ ШИРОКО ИЗВЕСТНЫ



Но есть одна проблема...
**ЛЮДИ ГОВОРЯТ
НЕ ТО ЧТО ДУМАЮТ**

Люди хотят «выглядеть лучше»
Люди отвечают как считают правильно, а не как делают
Неправильно составленная анкета «подсказывает» ответы



КАК УЗНАТЬ СВОЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

ЛУЧШЕ ЧЕМ ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ ?

ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ РАЗМЕЩАЕТСЯ В СЕТИ САМИМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ



ПРИМЕР КОММЕНТАРИЯ

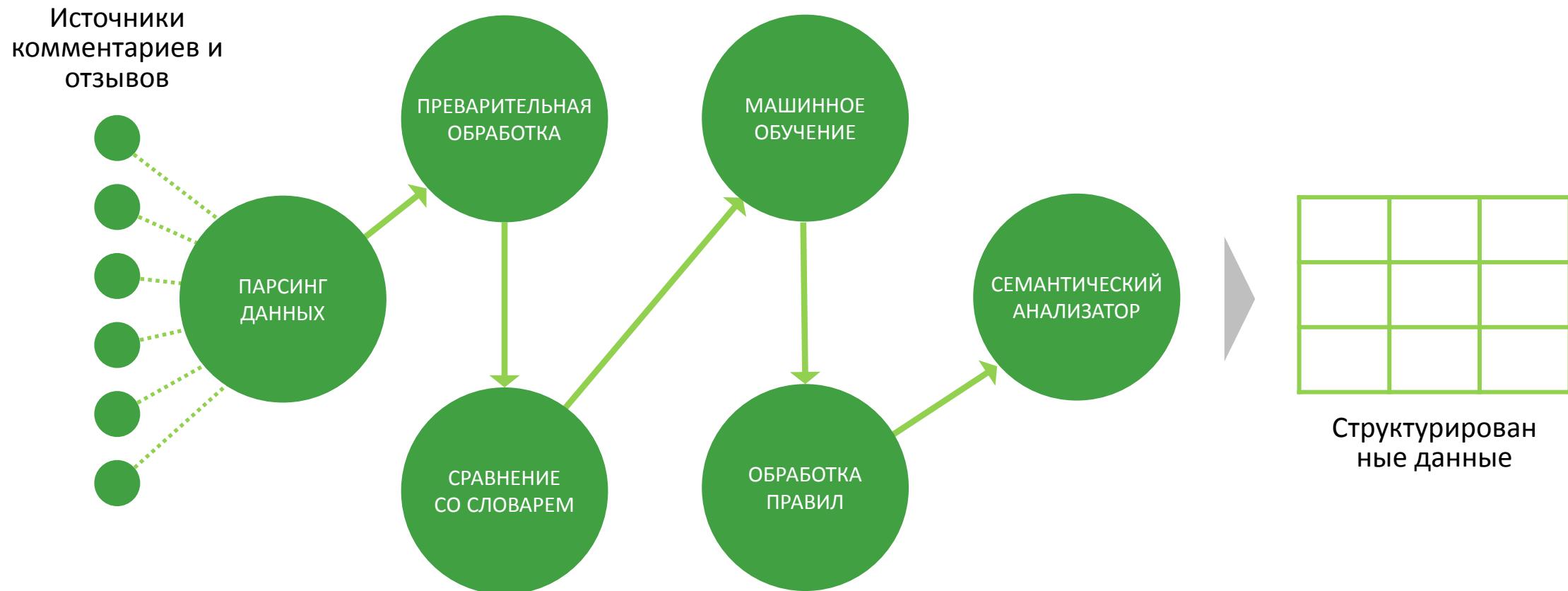
ВЕТЧИНА ВАРЕНАЯ ДОБРЫЙ ПРОДУКТ «СЕМЕЙНАЯ» - Недорогая и вполне съедобная

Всем читателям - добрый день) Несколько раз порывалась оставить опус об этой самой ветчине Семейной, но как-то не посещало колбасное вдохновение. Хотя сам дизайн обёртки с многочисленным обращением к добрым людям и прототипом доброго молочника с усами Мюнхаузена не вызывает симпатии, но саму ветчину покупаем время от времени. Раз в месяц - точно. Не скажу, что ветчины вкуснее не бывает, но за такую стоимость - точно не встречала. Да и не особо привередлива я, если честно) А вот для бутербродов с майонезом, например, - вполне вкусно получается. Особенно утром перед работой с чашечкой сладкого кофе - меня вполне устраивает. Пару кусочков обеспечивает ощущением сытости на несколько часов. А вот младший сын не очень её любит из-за встречающихся хрящиков - вечных жителей в колбасных изделиях такого рода. Единственным минусом за все времена покупок считаю то, что производители экономят на соли. Не совсем, конечно, но белая смерть от этого продукта вам точно не грозит. В основе состава ветчины - мясо птицы. Для тех, кто с калориями на контрах - думаю, поправиться не грозит. Если, конечно, не килограммами потреблять за один присест. Но меня такой продукт вполне устраивает. Попробуйте и вы.

ПРОБЛЕМА В ТОМ, КАК
ДОБЫТЬ **ПОЛЕЗНЫЕ ДАННЫЕ** ИЗ
ОГРОМНОГО ОБЪЕМА НЕ
СТРУКТУРИРОВАННОЙ
ИНФОРМАЦИИ НА
ЕСТЕСТВЕННОМ ЯЗЫКЕ



КАК РАБОТАЕТ ПРОЦЕСС TEXT MINING'A



В ЧЕМ ГЛАВНОЕ ОТЛИЧИЕ ПОДХОДА ОТ ПРОЧИХ МЕТОДОВ?

это
**НАТИВНОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ**

Потребители сами говорят, что для них существенно и как они к этому относятся поэтому влияние исследователя на результат минимально

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ В БИЗНЕСЕ?

- Доработка продуктовой линейки
- Устранение недостатков товара
- Корректировка вкусов, упаковки
- Ценовое позиционирование
- Вывод новых продуктов
- Отстройка от конкурентов
- Анализ тональности
- Управление репутацией
- Разработка рекламных компаний
- Позиционирование на «языке» потребителя





КОНТАКТЫ

МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО ФНЦ ПИЩЕВЫХ СИСТЕМ

КОНТАКТНОЕ ЛИЦО: ТАТЬЯНА КАСИМОВА | +7 916 381-10-00 | T.KASIMOVA@FNCPS.RU