Объем выборки – 3 000 отзывов Содержание исследования

- Динамика запросов в категории «ветчина»
- Региональная популярность запросов
- Упоминание брендов
- Факторы выбора в категории «ветчина»
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - Сентимент-анализ по типам ветчины
 - Описание хорошего и плохого продукта
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора
- Анализ факторов выбора, развернутая характеристика каждого фактора по положительным и отрицательным оценкам потребителя
 - Оценка по ключевых факторам
- Портрет «идеального» продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории «ветчина»
 - Упоминаемость брендов
 - Оценка брендов ветчины
- Стереотипы и убеждения потребителей
- Инсайты
- Восприятие продукта
- Ключевые выводы

Всего 46 слайдов, 28 диаграмм, 18 таблиц и логических схем



ИССЛЕДОВАНИЯ, доступные для покупки

Объем выборки 5 тысяч отзывов Содержание исследования

- Динамика запросов в категории «Копченая колбаса»
- Региональная популярность
- Факторы выбора в категории
 - Факторы выбора по типам копченых колбас
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - ПОДКЛЮЧЕНИЯ ФАКТОРОВ ВЫБОРА
 - Дополнительные факторы оценки
 - Сентимент-анализ по типам факторам выбора
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора и по типам колбас
- Анализ факторов выбора, развернутая характеристика каждого фактора по положительным и отрицательным оценкам потребителя
 - Оценка по ключевых факторам
 - Описание хорошего и плохого продукта
 - Типы сырья и вкусовые добавки
 - Рейтинг добавок
- Портрет идеального продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории «Копченая колбаса»
 - Оценка типов колбас по брендам
- Потребительское восприятие
- Причины отказа от покупки
- Стереотипы
- Инсайты
- Ключевые выводы

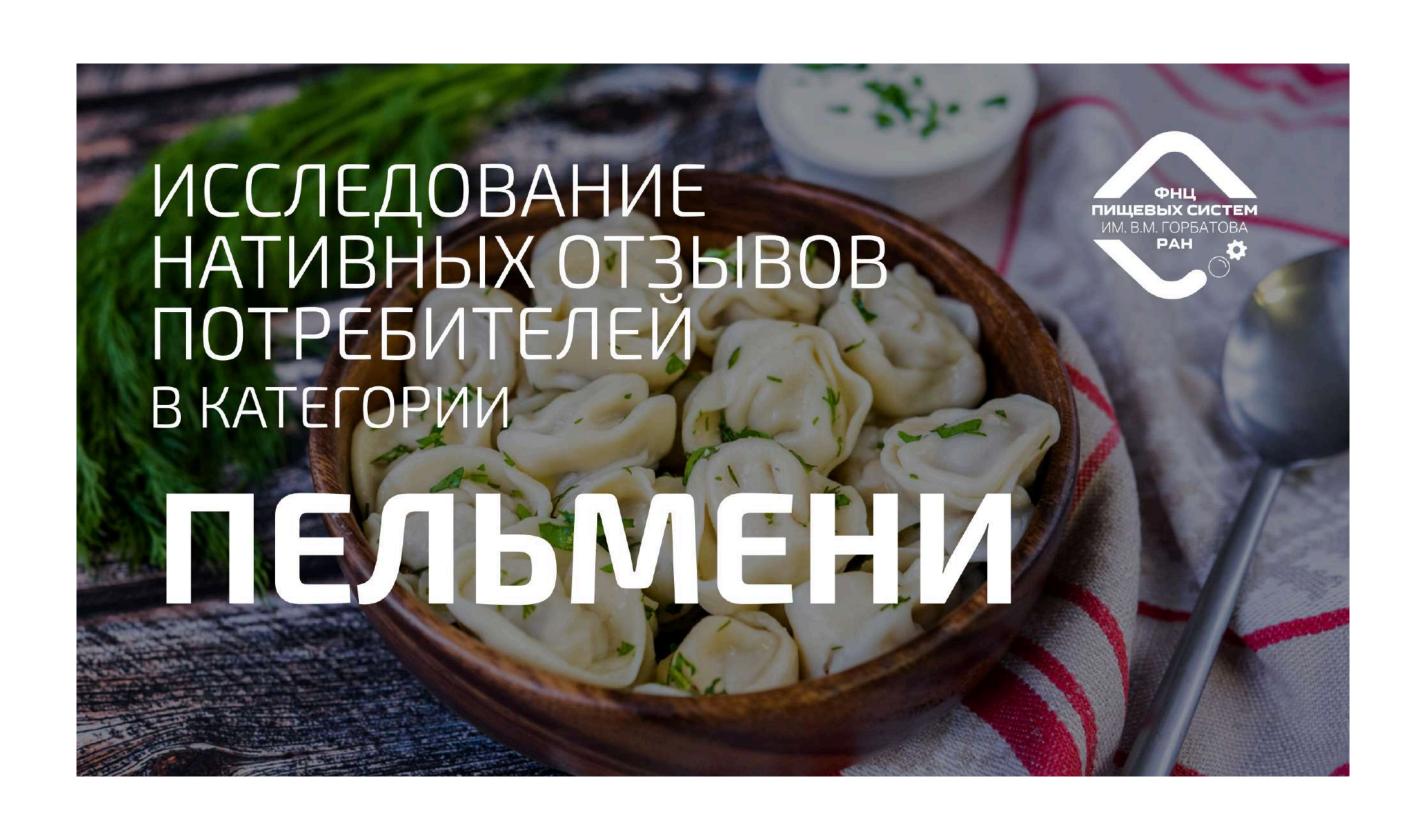
ИССЛЕДОВАНИЕ НАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В КАТЕГОРИИ

КОЛБАСА КОПЧЕНЫЕ, БЫРОКОПЧЕНЫЕ И ВЯЛЕНЫЕ КОЛБАСЫ)

Всего 39 слайда, 22 диаграмм, 13 таблиц и логических схем

Содержание исследования

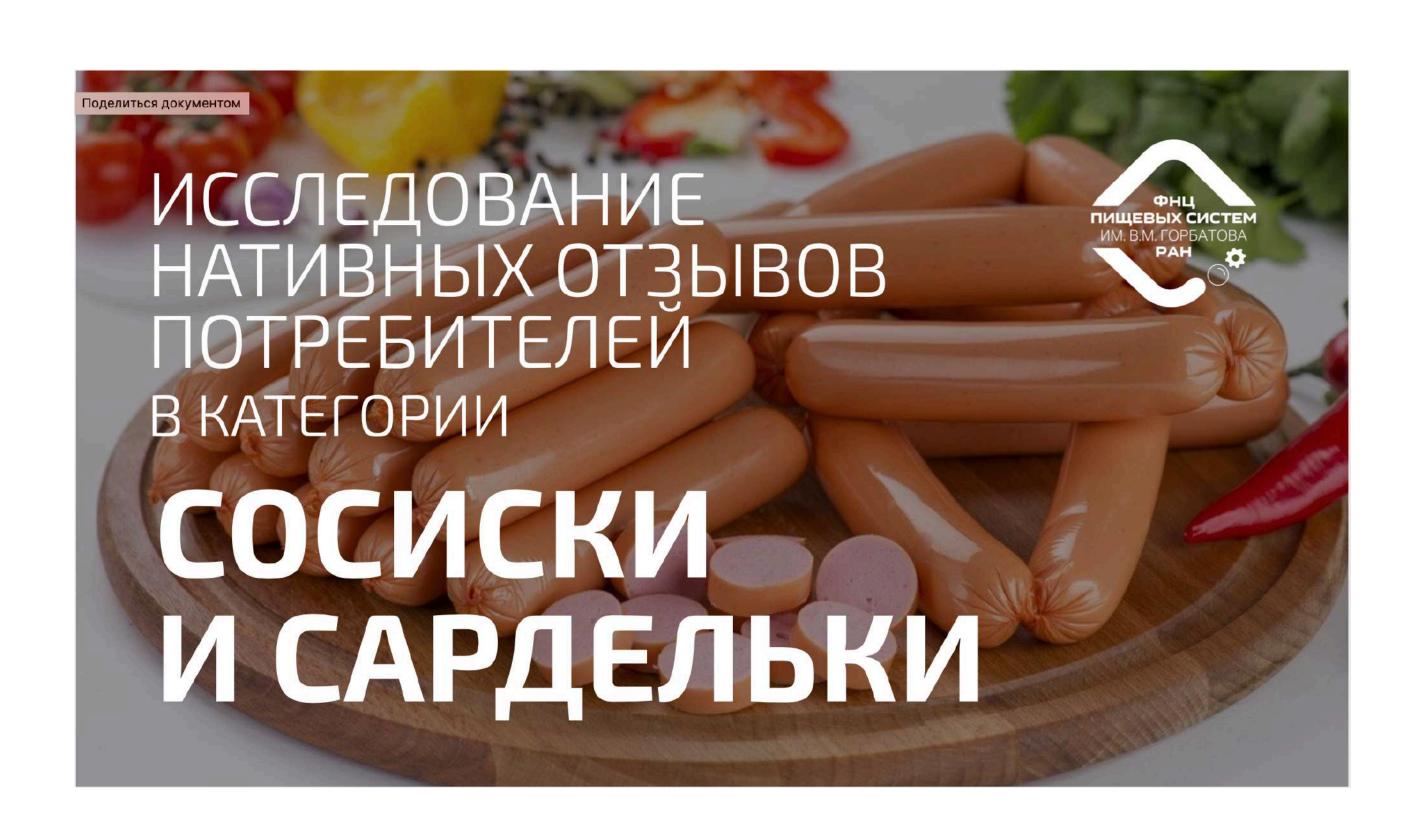
- Упоминаемость и региональная популярность
- Факторы выбора в категории пельмени
 - Основные и дополнительные факторы выбора
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - Сентимент-анализ по разновидностям пельменей
 - Разбор факторов выбора по положительным и отрицательным характеристикам
 - Клеймы в категории
 - Положительные и отрицательные характеристики пельменей халяль, из курицы и рыбы
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора
- Портрет идеального продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории пельмени:
 - Средняя оценка брендов
 - Рекомендации
 - Оценка 2-х торговых марок по факторам
 - Облако наиболее часто употребляемыми потребителями слов
 - Стереотипы и убеждения потребителей
 - Причины для раздражения и восприятие порции
- Инсайты
- Ожидания и неудовлетворенности потребителей
- Основные страхи и убеждения потребителей
- Ключевые выводы



Содержание исследования

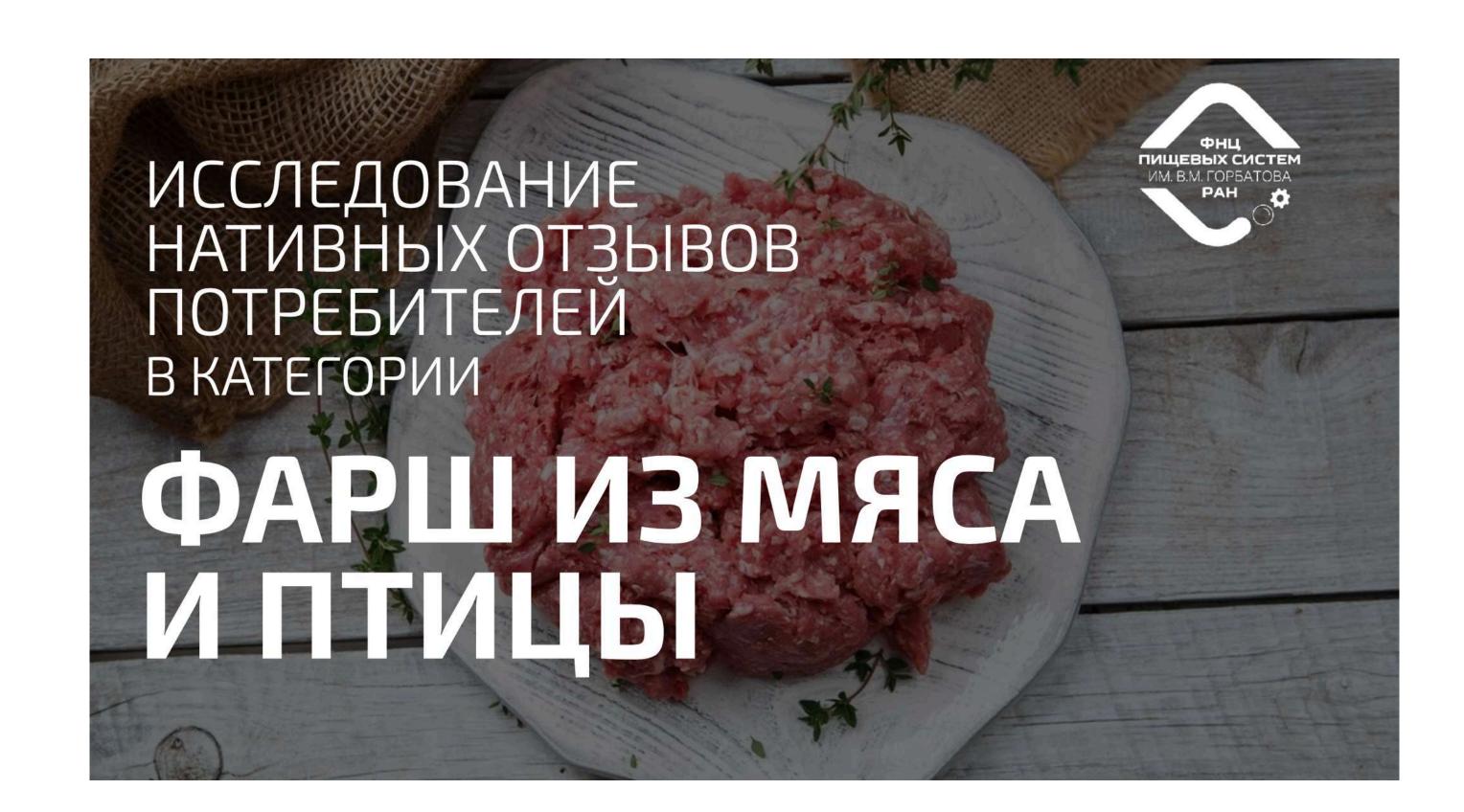
- Факторы выбора в категории фарш
 - Основные и дополнительные факторы выбора
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - Сентимент-анализ по категориям фарша
 - Разбор факторов выбора по положительным и отрицательным характеристикам
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора
 - Удовлетворенность (NPS) по типам фаршей
- Портрет идеального продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории шашлык
 - Упоминаемость брендов
 - Средняя оценка брендов
 - Сентимент анализ ТОП 10 марок
 - Облако наиболее часто употребляемыми потребителями слов
 - Популярные блюда из фарша
 - Стереотипы и убеждения потребителей
- Инсайты
- Ожидания и неудовлетворенности потребителей
- Основные страхи и убеждения потребителей
- Ключевые выводы

Всего 45 слайда, 39 диаграмм, 7 таблиц и логических схем



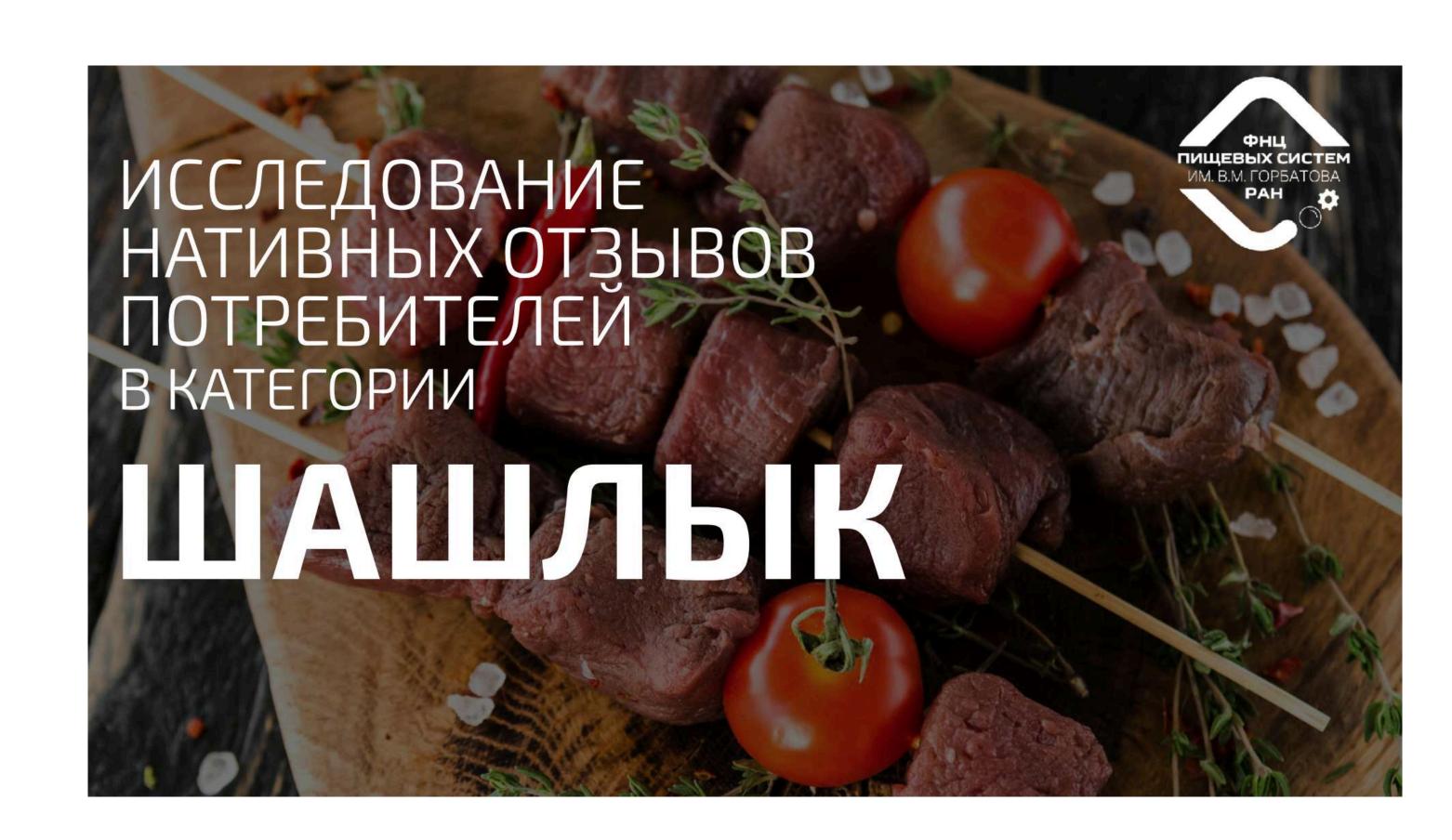
Содержание исследования

- Факторы выбора в категории фарш
 - Основные и дополнительные факторы выбора
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - Сентимент-анализ по категориям фарша
 - Разбор факторов выбора по положительным и отрицательным характеристикам
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора
 - Удовлетворенность (NPS) по типам фаршей
- Портрет идеального продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории шашлык
 - Упоминаемость брендов
 - Средняя оценка брендов
 - Сентимент анализ ТОП 10 марок
 - Облако наиболее часто употребляемыми потребителями слов
 - Популярные блюда из фарша
 - Стереотипы и убеждения потребителей
- Инсайты
- Ожидания и неудовлетворенности потребителей
- Основные страхи и убеждения потребителей
- Ключевые выводы



Содержание исследования

- Факторы выбора в категории шашлык
 - Сентимент-анализ по факторам выбора
 - Удовлетворенность (NPS) по категории в целом
 - Удовлетворенность (NPS) по каждому фактору выбора
- Анализ факторов выбора, развернутая характеристика каждого фактора по положительным и отрицательным оценкам потребителя
 - Оценка по 7 ключевым факторам
- Портрет идеального продукта по мнению потребителей
- Бренды в категории шашлык
 - Упоминаемость брендов
 - Сентимент-анализ ТОП 10 марок
 - Удовлетворенность (NPS) по брендам
 - Удовлетворенность (NPS) по брендам с разбором факторов выбора
 - Конкурентная канва по ключевым игрокам
 - Облако наиболее часто употребляемыми потребителями слов (по ключевым брендам)
- Стереотипы и убеждения потребителей шашлыка
- Инсайты
- Ожидания и неудовлетворенности потребителей шашлыка
- Основные страхи и убеждения потребителей
- Оценка справедливой цены
- Ключевые выводы



СПАСИБО ЗАВНИМАНИЕ

Свяжитесь с нами для заказа исследований и по всем остальным вопросам



(495) 118-32-78



marketing@fncps.ru



Посетите наш сайт

ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова РАН