

コンセプト&プロダクトテスト HUT

Concept & Product Test Home Use Test

領域

シャンプーや化粧品、食品や飲料などBtoC消耗財の
パッケージ/コンセプト&プロダクト(中身)の最終的な評価。
とくに競合品がないカテゴリー創造的な開発商品。

目的

コンセプトテスト:パッケージ/コンセプトの評価

①パッケージ/コンセプトの購入意向

②パッケージ/コンセプトの魅力点

プロダクトテストHUT:プロダクト(中身)の評価

①プロダクト(中身)の購入意向

②プロダクト(中身)の評価ポイント

市場導入した場合の潜在販売力推定

(トライアル人口×トライアル者の購入頻度)の予測

方法

実査方法

コンセプトテスト
プロダクトテストHUT

WEB
調査回答はWEB

対象者条件

コンセプトテスト
プロダクトテストHUT

商品カテゴリー・ユーザー
コンセプト購入意向者
(Top2,Top3)

サンプル数

コンセプトテスト
プロダクトテストHUT

400～600
200～300

全体期間

2ヶ月 (企画から報告まで)

調査内容

コンセプト/パッケージ
提示

プロダクト試用
(パッケージ提示)

コンセプト/パッケージ
テスト

プロダクトテスト
(HUT)

コンセプト&
プロダクト

絶対評価

- ・全体的評価
- ・要因評価/魅力点
- ・絶対的購入意向

絶対評価

- ・全体的評価
- ・属性評価
- ・絶対的購入意向

コンセプトと
プロダクト(中身)
の一致度

分析内容

コンセプト/パッケージの
購入意向は高いか

試作したプロダクト(中身)の
購入意向は高いか

トライアルとリピートはどの程度見込まれるのか

パッケージの魅力点は何か

プロダクトの評価点は何か

パッケージとプロダクトはどの評価魅力点で一致しているか

パッケージとプロダクトでともに購入意向があるターゲットは誰か