

プロダクトテスト BHUT

Product Test Blind Home Use Test

領域

シャンプー、化粧品、食品、飲料などの消耗財の商品開発。
競合品がある既存カテゴリー。

目的

普段と同じように使用した場合の製品の評価
市場でトップシェアの競合品との製品力の比較評価

- ①製品力の評価、再購入率の推定
- ②製品の差別的ベネフィットの明確化
- ③製品の改良点の明確化

方法

実査方法

ホームユーステスト

WEBモニターからスクリーニング。
調査回答はWEB。テスト品は宅送、使用後回収。

対象者条件

対象商品カテゴリー・ユーザー

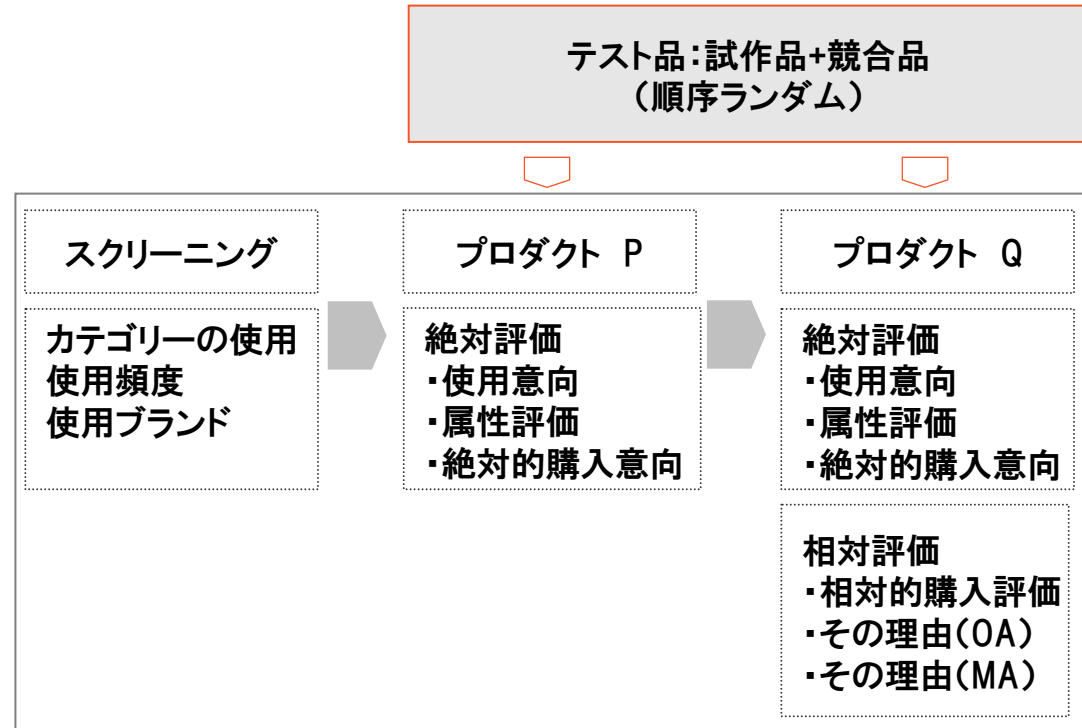
サンプル数

200～300

全体期間

1か月～2ヶ月（企画から報告まで）

調査内容



分析内容

