Анализ того, как делают выбор потребители и что они действительно ценят в продуктах и услугах.

standard

Conjoint OMi

Автоматизированный стандарт быстрых исследований

Почему conjoint-анализ?

Для потребителя

В реальной ситуации ПОКУПАТЕЛЬ рассматривает товары или услуги в совокупности их характеристик и свойств, как правило, не задумываясь о каждой из них по отдельности.

Метод воспроизводит ситуацию реальной покупки и компромиссного выбора.

Для производителя

Для ПРОИЗВОДИТЕЛЯ важно понимать как делают выбор потребители и что для них важно в продуктах и услугах.

Метод позволяет детально оценить и определить наиболее предпочтительный для потребителя набор характеристик и спрогнозировать реакцию рынка на их изменение.

Почему conjoint OMI

РАНЬШЕ	ТЕПЕРЬ
Conjoint	standard Conjoint OMI
сложный, дорогостоящий, долгий	**быстрый формат сложной аналитики**

Простой формат сложной аналитики

standard Conjoint OMI

Проект стандартизированных исследований компании OMI

- **Простой бриф** для быстрого запуска исследования
- **Автоматизированная** методология сбора и анализа данных
- Формирование **стандартного отчёта + Excel-симулятора**

Решаемые задачи:

- выбор оптимальных характеристик продукта/услуги
- расчёт стоимости изменений характеристик
- тестирование нового продукта
- влияние бренда на потребительский выбор
- моделирование распределения потребительских предпочтений
- симулятор рынка

Conjoint за
72 часа

Для наших исследований потребительского выбора мы используем CBC (Choice-Based Conjoint)

2 шага для начала исследования

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

1 информация о продукте (характеристики и уровни)*

- цвет
- вкус
- цена (30₽, 25₽, 40₽)
- вес
- бренд
- Любые другие характеристики

2 5 вопросов для определения целевой аудитории

- потребители продукции
- возраст
- пол
- размер выборки
- география

***Характеристики** - это "параметры" вашего продукта (например, цена, цвет, форма, размер, бренд)*

***Уровни** - это "значения", которые может принимать каждая характеристика (например, характеристика "цвет" может иметь уровни "синий", "красный", "розовый")*

Автоматизация исследования

5 видов предустановленного дизайна карточек

Автоматизация сбора данных и контроля качества ответов

Автоматическое формирование отчёта и Excel–симулятора

Аналитический отчёт и excel-симулятор

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- *Понять **важность характеристик***

- *Сколько готовы **заплатить за улучшение** продукта*

*Определить **лучшие** значения **характеристик***

- *Оценить **силу бренда.***

- ***Прогноз** рыночной доли предпочтения продукта в конкурентной среде*

- *Построить динамическую **рыночную модель***

Стоимость в рублях

Размер выборки	200	400	600
Суммарное количество уровней*	до 12	до 25	до 55
Высокая достижимость > 70%	97 000	124 000	151 000
Средняя достижимость 41 - 70%	109 000	148 000	187 000
Низкая достижимость 20 - 40%	131 000	192 000	253 000
Стоимость опроса респондентов с достижимостью < 20% обсуждается индивидуально			
			Цены указаны без учета НДС

***Характеристики** - это "параметры" вашего продукта (например, цена, цвет, форма, размер, бренд)*
***Уровни** - это "значения", которые может принимать каждая характеристика (например, характеристика "цвет" может иметь уровни "синий", "красный", "розовый")*

Наши контакты

+7 (495) 660 94 15

zapros@omirussia.ru

vbelov@omirussia.ru

www.omirussia.ru

Москва, ул. Щепкина 4

ONLINE MARKET INTELLIGENCE