

# ТЕСТ ДИЗАЙНА УПАКОВОК С ПОМОЩЬЮ SHAGAL

Комбинированная оценка упаковок с помощью собственной прогнозной модели и онлайн-опроса



# ОПИСАНИЕ

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЫБОРА УПАКОВКИ

- Модель имитирует независимую оценку упаковок (как при монадическом тестировании)
- Модель предсказывает распределение оценок по 5-бальной шкале для показателей привлекательность упаковки и готовность купить
- Для сопоставимости и сравнения результатов с другими методами производится расчет индекса NET для привлекательности и готовности купить
- Отбор лучших упаковок на основании более строго критерия NET по готовности купить продукт в упаковке

\*NET = TOP2(4+5) – BOT2(1+2) по шкале в 5 баллов, где 5 – наивысшая оценка, 1 - низшая

# ПОДХОДА

## ТЕСТОВЫЙ ОНЛАЙН-ОПРОС

- Измерение показателей привлекательности и готовности купить по шкале 5 баллов для каждой упаковки методом отдельной оценки (респондент видел 2 из 7 упаковок на оценку в ротации)
- Расчет индекса NET для привлекательности и готовности купить
- Отбор лучших упаковок на основании более строго критерия NET по готовности купить продукт в упаковке

# Преимущества нашей модели SHAGAL



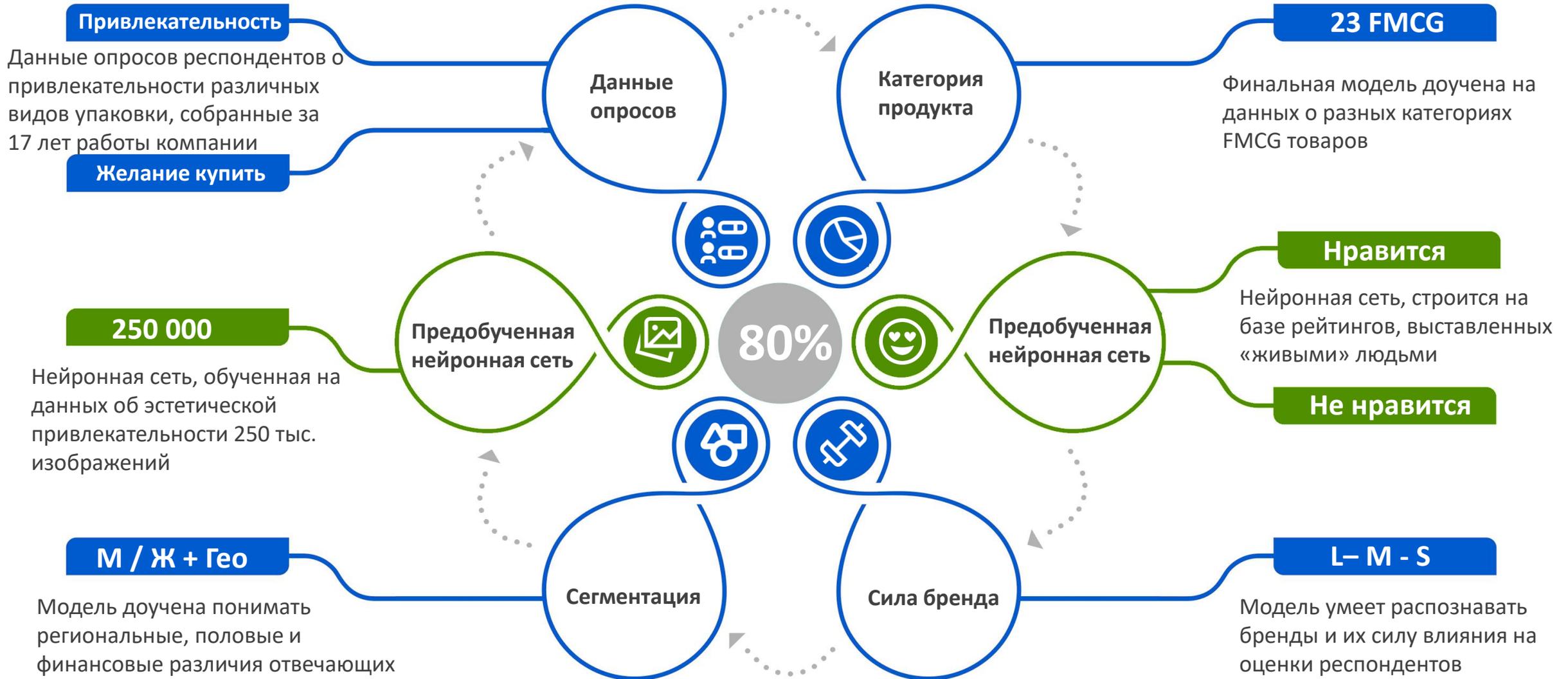
SHAGAL – уникальная предсказательная модель собственной разработки компаний Profi Research Russia и Profi Research Europe, которая не имеет аналогов ни в России, ни в мире.

Она является не только результатом применения передовых технологий и алгоритмов, но также плодом уникального знания, полученного из собственной базы данных и многолетнего опыта работы по оценке дизайнов.

Это обеспечивает нашим клиентам существенное преимущество на рынке, позволяя им принимать обоснованные решения быстро и эффективно.

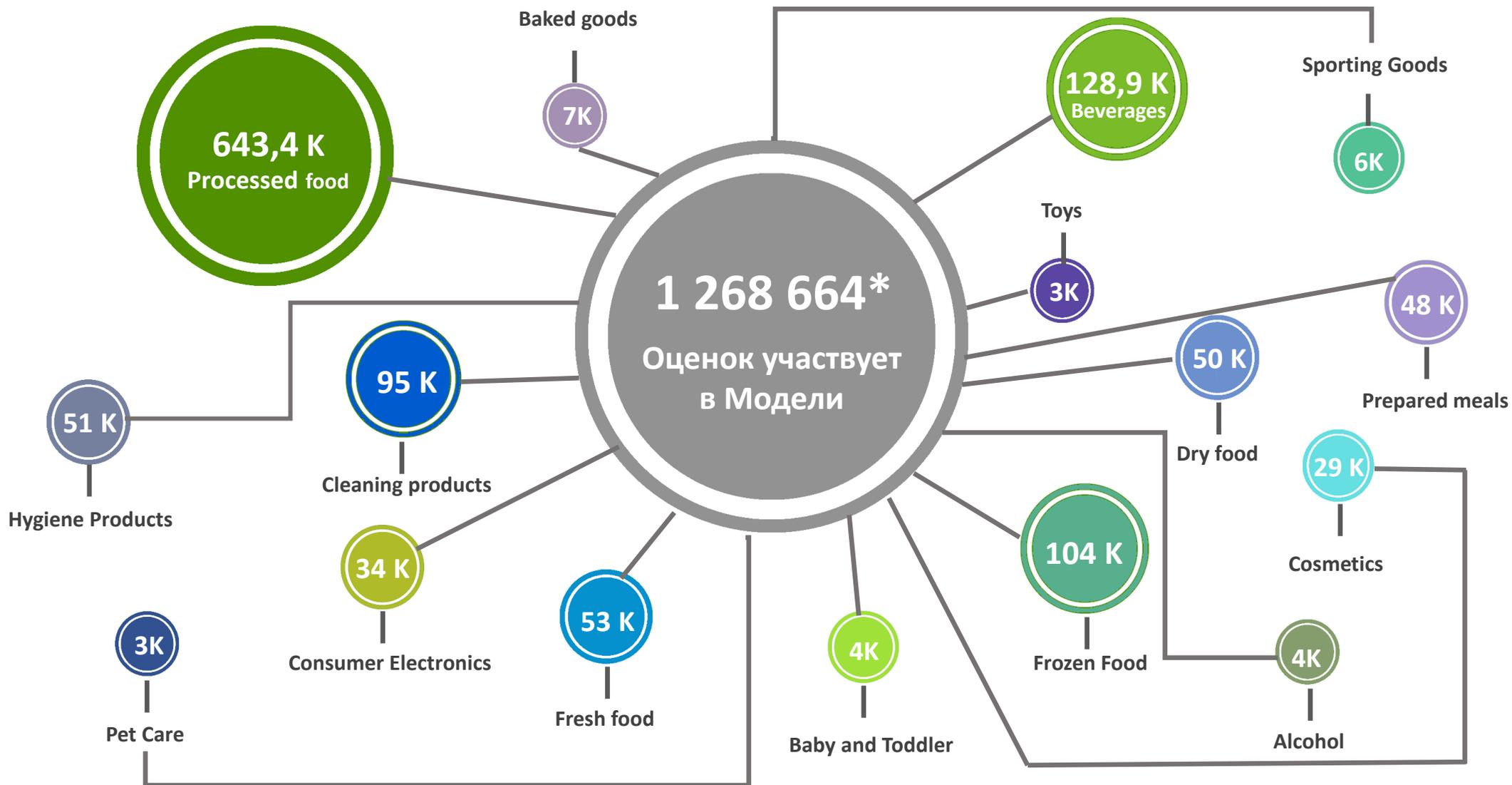


# Как разрабатывалась предсказательная модель?



На данный момент предсказанное ранжирование совпадает с реальным на 70%-80% в зависимости от категории

# Наполненность модели FMCG категориями



\* Каждый месяц мы добавляем в модель не менее 100 тыс новых оценок  
Содержание подкатегорий в категориях и качество предсказаний можно посмотреть в Приложении

# Как это поможет в разработке?

Модель позволяет отобрать из большого количества разнообразных дизайнов наиболее перспективные.

Вы можете протестировать бесконечное количество вариантов дизайна, сравнивать их между собой и с конкурентами.

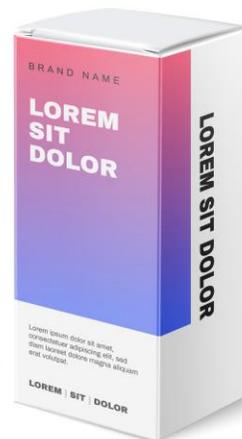
А потом доработать и еще раз сравнить.

A  
Net PA 45%  
Net PI 27%



A

B  
Net PA 65%  
Net PI 47%



B

C  
Net PA 48%  
Net PI 28%



C

D  
Net PA 58%  
Net PI 45%



D

В зависимости от количества исходных дизайнов модель поможет выбрать несколько самых удачных для дальнейшего тестирования на «живых» людях в рамках опросных методик.

# Как работает наша предсказательная модель

## Какие параметры задаются на входе



Пол: М или Ж



Возраст: Группы по 10 лет



Категория товара



География: на уровне страны



Доход: низкий, средний, высокий



## Какие параметры получаются на выходе



Оценка по параметру «Нравится»



Оценка по параметру «Желание купить»



индекс NET привлекательности  
(product attractiveness)



индекс NET готовности купить  
(purchase intention)



Рейтинг изучаемых изображений

# Какие задачи можно решать?

## Тест концептов



**A**

Net PA **53%**  
Net PI **43%**



**D**

Net PA **52%**  
Net PI **41%**



**B**

Net PA **60%**  
Net PI **49%**



**E**

Net PA **59%**  
Net PI **47%**



**C**

Net PA **56%**  
Net PI **49%**



**F**

Net PA **63%**  
Net PI **51%**

Не ограничивайте свое воображение.  
Разработайте столько дизайнов  
сколько идей у вас возникло.  
Теперь нет необходимости выбирать  
какие идеи пускать в работу, а какие  
отложить.  
Наша модель протестирует даже  
самые авангардные идеи и поможет  
вам не пропустить поистине  
революционную концепцию, которая  
позволит выделиться на рынке

# Какие задачи можно решать?

Когда у вас уже есть утвержденный концепт новой упаковки, то наступает время поработать над деталями.

Наша модель не может вам сказать под каким углом нужно разместить логотип.

Однако, модель может протестировать все

возможные варианты размещения деталей дизайна и оттенки цветов (~Conjoint)

Параметры тестирования: пол М+Ж, возраст 18+, города 100+, доход средний+, категория Молоко

## Тест мельчайших деталей



**Концепт X**

Net PA 50%  
Net PI >C 43%



**A**

Net PA 56%  
Net PI >XBCEFGH 47%  
>XCGH



**B**

Net PA 52%  
Net PI >CH 43%



**C**

Net PA 46%  
Net PI 41%



**D**

Net PA 58%  
Net PI >XBCEGH 47%  
>XCGH



**E**

Net PA 52%  
Net PI >CGH 44%



**F**

Net PA 57%  
Net PI >XBCEGH 48%  
>XBCEGH



**G**

Net PA 48%  
Net PI 42%

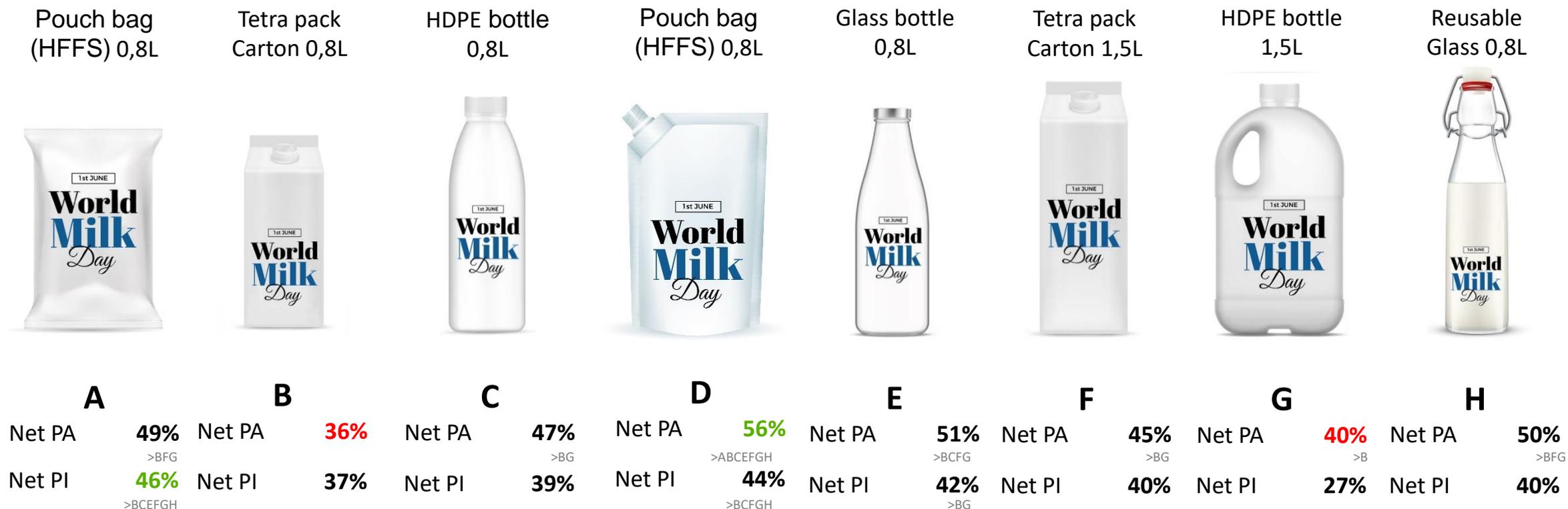


**H**

Net PA 47%  
Net PI 43%

# Какие задачи можно решать?

## Тест типов и форм упаковки



Модель можно использовать не только для тестирования различных дизайнов, но и для изучения потенциала разных типов и форм упаковки в одном и том же дизайне. Наша система знает все самые распространенные типы упаковки, представленные на рынке и отношение потребителей к ним. Поэтому мы сможем показать как меняется привлекательность вашего продукта в зависимости от упаковки.

# Дизайн комбинированной оценки упаковок

с помощью собственной прогнозной модели и онлайн-опроса

## Параметры модели



Пол: М или Ж



Возраст: 20-50 лет



Категория: косметика



География: РФ, 1M+



Доход: средний



Количество дизайнов: 6



## Параметры модели



Пол: М или Ж



Возраст: 20-50 лет



Выборка: 100 анкет



География: РФ, 1M+



Доход: средний



Количество дизайнов: 3

# Типы данных, используемых в модели



# 23 FMCG категории, 156 подкатегории и качество предсказания по ним

## A - Processed food

Tinned, pickled vegetables, fruits, berries; Cereals/Processed grains; Dairy, soy milk, yogurts; Cheese; Tofu; Packaged salads, pre-cut vegetables, fruits, berries; Canned or dry fish/meat/poultry/sea food; Nut butter, chocolate paste; Hummus; Olive oil and other oils; Sauces; Animal fats or margarine; Syrups, honey; Packed meat, sausages, poultry, fish or seafood; Chocolates, candies; Pasta, noodles; Snacks; Baby food

## B – Beverages

Fruit juice, vegetable juice, smoothies; Drinking water; Shakes; Cold drinks flavored milk, iced coffee/tea; Soft drink

## C - Frozen Food

Ice creams; Frozen meat, poultry, fish, seafood; Frozen vegetables, fruits, berries; Frozen dough; Frozen meals, pizzas; other frozen food

## D - Cleaning products

Laundry Detergents; Kitchen cleaning products; Bathroom & toilet care; Floor cleaning products; Windows cleaning products; Other cleaning products

## E - Fresh food

Fruits; Vegetables; Berries; Meat; Fish, seafood; Poultry; Eggs; Other fresh not processed food

## F - Health & Hygiene Products

Personal hygiene products (deodorants, pads, sanitary napkins, tampons); Hand sanitizers, adhesive and non-adhesive bandages, band-aids; Masks, Medicines (OTC); Tests (COVID, pregnancy, etc); Condoms; Vitamins and other supplements

## G - Dry Food

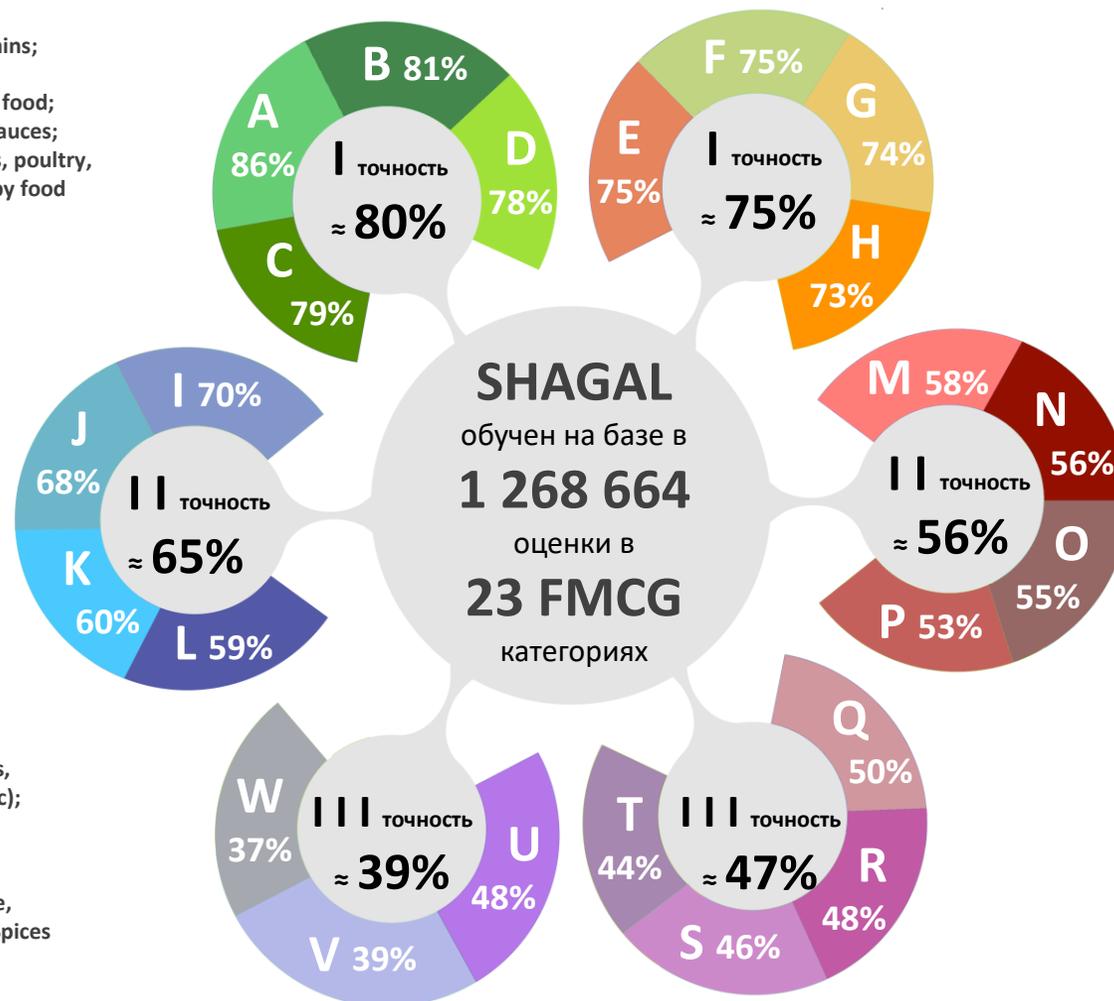
Salt; Sugar and sweeteners; Tea and Coffee; Powdered milk; Rice, bulgur, buckwheat and other grains; Flour; Nuts and dry fruits; Spices and spice mixes; other dry ingredients; baby powered milk

## H - Prepared meals

Soups; Fresh meals that require heating up, including pizzas and burgers; Packaged sandwiches; Packaged sushi and other cold dishes, Packaged salads

## I - Consumer Electronics

Telecommunication; Major domestic appliances; laptops, computers, headphones; Consumer; Small domestic appliances



Для категорий с уровнем точности I допускается тестирование без дополнительного теста на опросе с «живыми» людьми

Для категорий с уровнем точности II рекомендуется комбинированное тестирование SHAGAL + опрос

Для категорий с уровнем точности III тестирование на опросе обязательно

## J - Baked goods

Bread; Cookies, Biscuits; Pies; Cakes, doughnuts, muffins; Crackers

## K - Cosmetics and toiletries

Makeup; Perfume; Hair care products; Dental products including toothpaste; Facial care products; Soaps, shower gels, shampoos; Body care; razors, shaving creams, sponges

## L - Sporting, Fitness, Leisure

Sports Equipment; Gym Gear; Fitness supplements; BBQ; Travel and Tourist gear

## M - Baby and Toddler

Diapers; Baby bottles, pacifiers; Baby Wipes; Baby Skincare Products

## N - Pet Care

Pet Food; Pet Grooming Products; Pet Accessories

## O - Toys

Infant/Preschool toys; Activity toys Dolls; Ride-ons; Games and puzzles; Plush toys

## P - Tobacco and Cigarettes

Cigarettes; cigars, loose tobacco. Digital cigarettes

## Q - Clothing

Men; Women; Kids; Accessories; Footwear

## R - Alcoholic Beverages

Beer; Wine; Spirits; Other alcoholic beverages; Cocktails

## S - Office supplies

Pens; Pencils; Paper including notebooks; Markers; Folders; Other

## T - Car accessories

Car Care Products; Accessories; Motor Oil

## U - Home Decor and Furnishings

## V - Gardening

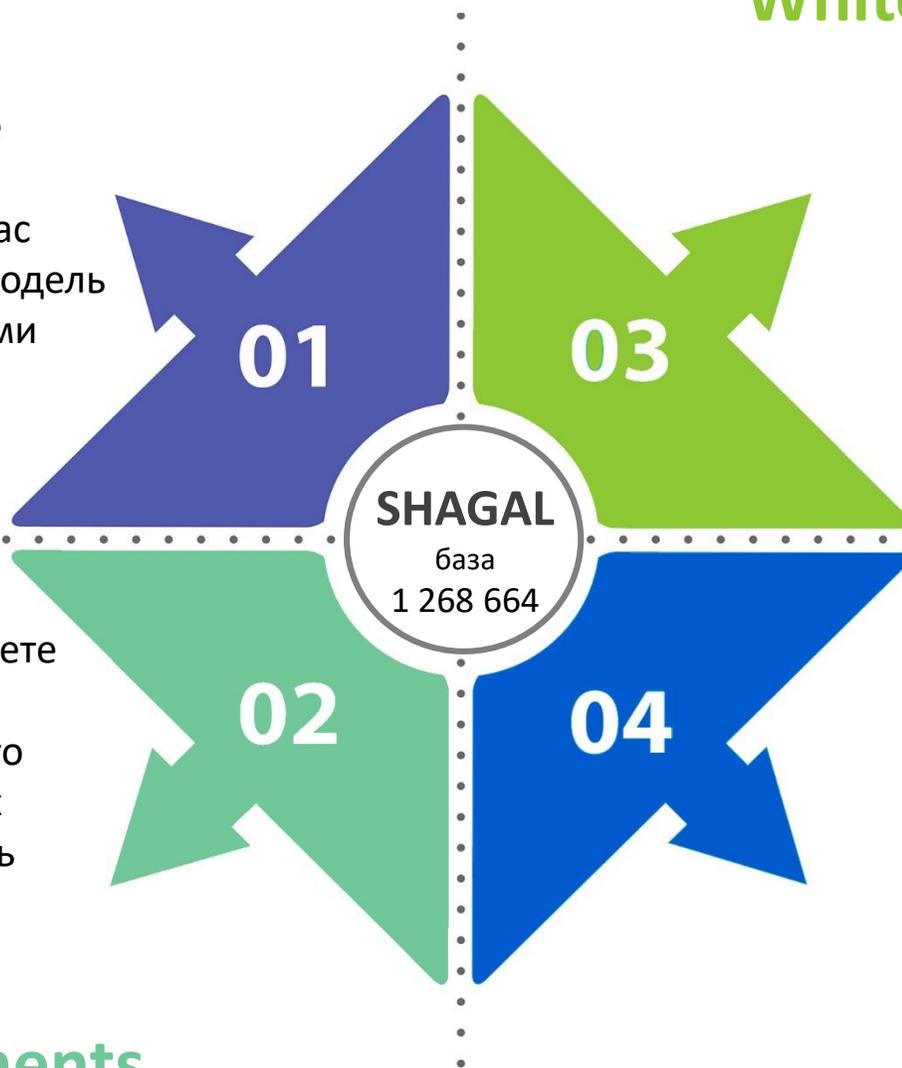
## W - Books

# Возможности адаптации модели под задачи клиентов

## E-commerce

Под задачи тестирования наиболее привлекательных картинок для размещения на маркетплейсах, у нас есть возможность перенастроить модель для работы с такими изображениями

Если для вашего бизнеса в приоритете постепенное эволюционное обновление упаковки, путем частого добавления/изменения небольших элементов, то мы можем настроить модель на работу с клеймами и релевантностью кpi



## White label customized model

В рамках кастомизации результатов под задачи и бизнес показатели, мы можем обогатить модель вашими данными по продуктам. Это позволит предсказывать дополнительные показатели, например потенциальную выручку. Результаты тестов не попадают в общую базу и используются исключительно для обучения модели Заказчика

Шагал обучен на данных о внешней привлекательности изображений. Если мы добавим ему знаний о том, что эти изображения являются рекламой и отношение потребителей к ней, то мы сможем предсказывать эффективность разных рекламных материалов

## Claims and small elements

## Advertisement tests