



# ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА 2021

ПРЕМИЯ "ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ" В КАТЕГОРИИ МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ

The background of the slide features a dark red, textured globe. Overlaid on the globe is a network of thin white lines connecting various icons. These icons include a lightbulb, a house, a cloud, a magnifying glass, a person, a gear, and a globe itself. The overall aesthetic is technological and interconnected.

# МЕТОДОЛОГИЯ ВЫБОРА

## Методика исследования

- Нетнографическое исследование

## Источники данных

- Отзывы потребителей в сети Интернет

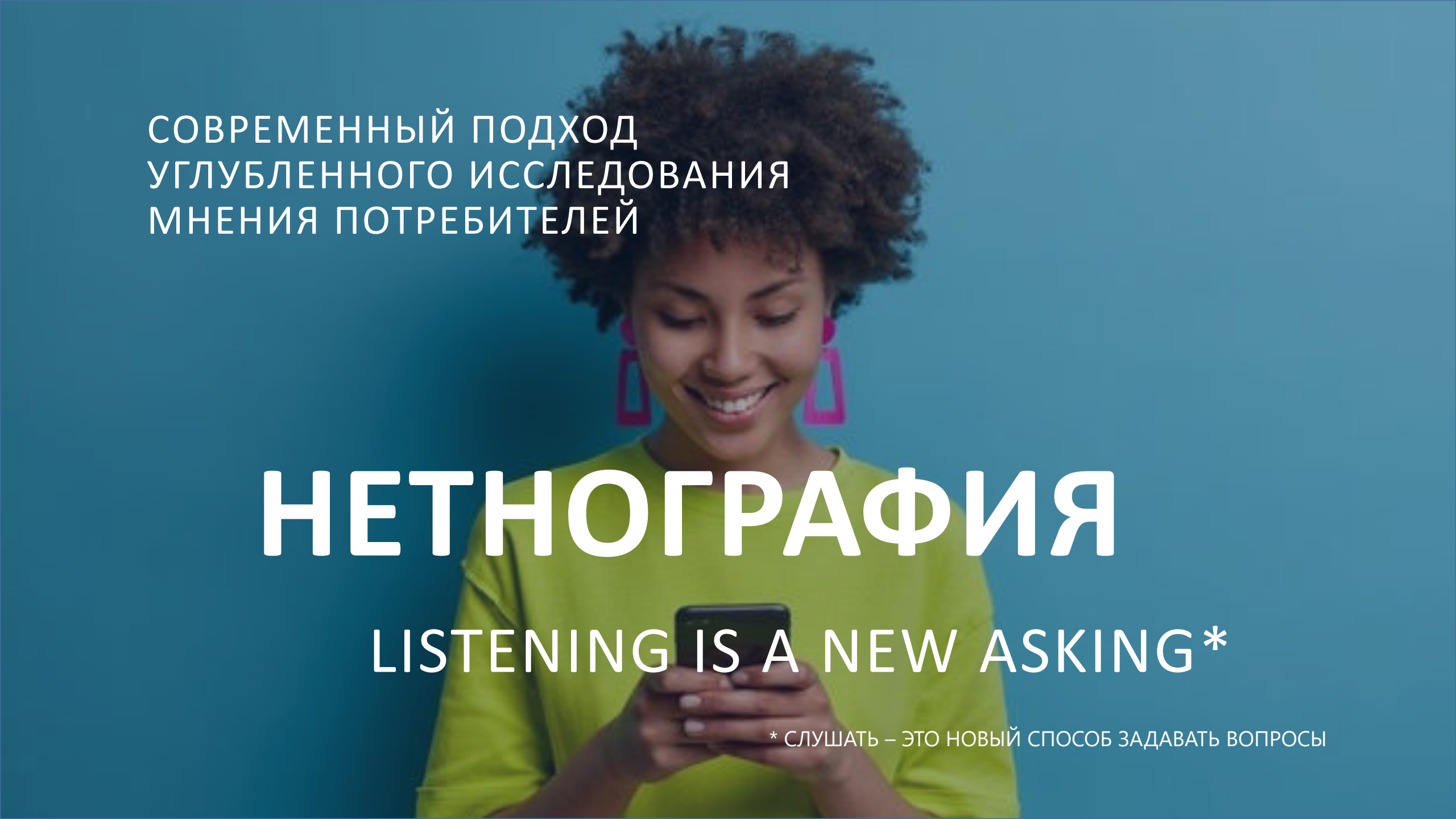
## Параметры интегральной оценки

- Общее число отзывов и оценок
- Максимальное число положительных отзывов
- Минимальное число негативных отзывов
- Количество каналов обсуждения
- Доля рекомендовавших продукт

## ПОБЕДИТЕЛИ В КАТЕГОРИИ «МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ»

Дымовское колбасное	Дымов	сосиски «Молочные»
Павловская Слобода	Велком	сосиски «Велкомовские копченые»
Мясокомбинат Клинский	Клинский	сосиски «С сыром»
Дымовское колбасное	Дымов	грудинка «Крылатская»
Павловская Слобода	Велком	ветчина «Из окорока»
Павловская Слобода	Велком	бекон сырокопченный
Дмитровские колбасы	Заповедные продукты	сервелат «Финский»
Мясокомбинат Клинский	Клинский	ветчина «Для завтрака»
Черкизово	Пава Пава	стейк грудки
Черкизово	Петелинка	котлеты из филе бедра и филе грудки

**ВЫБОР  
ПОТРЕБИТЕЛЯ**

A woman with curly hair, wearing a bright green shirt and large pink earrings, is smiling while looking at her smartphone. The background is a solid blue color.

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД  
УГЛУБЛЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ  
МНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

# НЕТНОГРАФИЯ

LISTENING IS A NEW ASKING\*

\* СЛУШАТЬ – ЭТО НОВЫЙ СПОСОБ ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ



# VOICE MONITOR

АВТОРСКИЙ ИНСТРУМЕНТ АГЕНТСТВА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ НАТИВНЫХ  
ОТЗЫВОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

---



Позволяет получить  
быстрые инсайты



Сформировать  
портрет идеального  
продукта



Определить воспринимаемые  
преимущества  
и недостатки



Выделить ключевые  
и дополнительные факторы  
выбора



Изучить особенности  
потребления  
и покупательского поведения



Оценить продукты  
конкурентов и сравнить  
их между собой



Определить соответствие  
продукта обещаниям  
бренда



Выявить переключения  
между брендами



Понять наиболее  
яркие ассоциации  
с брендами

## НАТИВНОСТЬ

- Исследование нативных отзывов является отражением того, что реально думают потребители. «Респондентов» никто не просил высказываться, им никто не навязывал тему, они сделали это по собственной воле
- Исследование нетнографическим методом не вызывает лишней усталости респондента
- При анализе нативного контента исследователь избавлен от «социально одобряемых» ответов респондентов.

## ДОСТУП К РЕСПОНДЕНТАМ

- Метод позволяет получить естественным образом формируемые данные и осуществить их сбор без оказания давления или влияния на респондентов.
- Исследователю не нужно внедряться в виртуальное сообщество, а можно воспользоваться открытыми сообществами и форумами, где потребители делятся мнениями и опытом использования различных товаров и услуг.

## ДИНАМИКА И СЕГМЕНТАЦИЯ

- Нетнографические исследования позволяют получать доступ к данным различных временных периодов и могут быть дополненными историческими данными и данными, собранными постфактум
- Нетнографическая сегментация-новый уровень сегментации, которая учитывает репертуар пользования потребителя, факторы выбора и лояльность к брендам в разных категориях
- Исследование позволяет выделить группу супер влиятельных потребителей (super influencers)

# ПЛЮСЫ НЕТНОГРАФИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

- ИССЛЕДОВАНИЕ
- ПРОДУКТА

- КОНКУРЕНТНЫЙ
- АНАЛИЗ

## ПОИСК ИНСАЙТОВ

- ИССЛЕДОВАНИЕ ЗДОРОВЬЯ  
БРЕНДА

- ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ  
КОММУНИКАЦИЙ

- РАЗРАБОТКА  
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

КАКИЕ ЗАДАЧИ МЫ РЕШАЕМ

# ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

Свяжитесь с нами по всем вопросам  
и для заказа исследований



Кайтялиди Ольга 8-915-033-14-31

Касимова Татьяна 8-916-381-10-00



Станислав Горбатов

s.gorbatov@fncps.ru

Заместитель директора  
по экономическим связям и маркетингу

Посетите наш сайт

ФНЦ пищевых систем  
им. В.М. Горбатова РАН