



**FÖRPACKNINGSTESTER
MED KONSUMENTINSIKT**





8.25

10

TESTER GER BÄTTRE PRODUKTLANSERINGAR

The Packaging Arena erbjuder förpackningstester med konsumentinsikt. Genom att tidigt testa design och köpbeteende kan du redan i början av förpackningsprocessen få kunskap som påverkar försäljningen.

Kunskap om vilka förpackningar som:

- >> fångar konsumenternas uppmärksamhet
- >> leder till köp/återköp
- >> stärker varumärkets image
- >> är enkla att använda och hantera

Resultatet från testerna ger rätt beslut under designprocessen, starkare säljargument vid införsäljning av nya produkter och bättre försäljning när produkten är färdigutvecklad.

DESIGNTEST : BLOSSA LÄTTGLÖGG



Två premiumvarianter av Blossa lättglögg var nyheter från Pernod Ricard 2009. Flaskorna formgavs av design- och varumärkesbyrån BVD och testades genom eye tracking av The Packaging Arena som en del i designprocessen.

Testerna gjordes på Maxi ICA Stormarknad i Karlstad. Resultatet bekräftar att flaskdesignen uppfattas som premium. Konsumenterna beskriver flaskan som stilren och fräsch med snygg form. Formen stärker upplevelsen av exklusivitet. Konsumenterna tycker att den nya designen stärker Blossa som en premiumglögg.

”Genom att använda eye tracking får vi ytterligare en intygare på att vi ligger rätt designmässigt. Designen blir ännu mer trovärdig”, säger Catrin Vagnemark, Creative Director, BVD.



HYLLTEST: *RETAIL READY PACKAGING*

Billerud AB valde att göra konsumenttester hos The Packaging Arena för att förstå effekten av vit hyllfärdig förpackning i jämförelse med brun. Resultaten från testerna visar bland annat att vit utsida och insida på förpackningen i större utsträckning fångar konsumenternas blick och därmed uppmärksamhet. I testerna utvärderades exempelvis

även konsumenternas uppfattning om premium och fräschhet. Testerna genomfördes i The Packaging Arenas labbmiljö Packaging Media Lab med eye tracking, enkäter och intervjuer.

Resultatet från testerna använde Billerud AB sedan som underlag till nytt säljmaterial för en av sina produkter Billerud Pure Bright®.



VERKLIGHETEN ÄR VÅRT LABB

The Packaging Arena använder verkligheten som labb när vi testar förpackningar. Testerna genomförs i butiker och i vår unika labbmiljö Packaging Media Lab. Vi använder oss av eye tracking och andra nyskapande metoder. Alla tester grundar sig på det senaste inom tjänsteforskning och vi arbetar direkt med konsumenterna i köpsituationen:

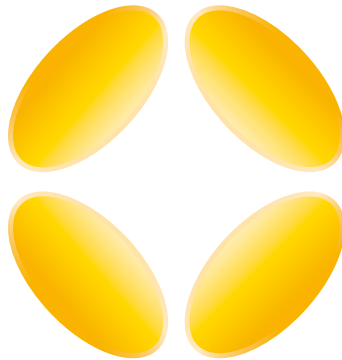
Designtest – ger snabba svar och en kostnadseffektiv process under förpackningsutvecklingen.

Hylltest – ger kunskap om hur en förpackning uppfattas i hylla både när man jämför med det egna produktsortimentet och i jämförelse med konkurrenternas.

Användningstest – ger kunskap om hur förpackningen används av till exempel butikspersonal och av konsumenter i olika situationer.



The Packaging Arena är en miljö för konsumentdriven förpackningsutveckling. Vi samarbetar, samverkar och sammanför företag och specialister från hela branschen, i hela världen. Genom unika tjänster, tillgång till ledande experter och avancerade utvecklingsmiljöer skapar vi förpackningsutveckling i världsklass.



THE PACKAGING ARENA

En investering för framtiden



EUROPEISKA UNIONEN
Européiska regionala
utvecklingsfonden

The Packaging Arena, Västra Torggatan 11, SE-652 25 Karlstad, Sweden
www.packagingarena.com