

**Тема 16. Маркетинговые исследования в
области упаковки, упаковочных
материалов и упаковочных решений**

Загорский Андрей Леонидович

Санкт-Петербург

2006

Качественные маркетинговые исследования при разработке упаковочных решений

Основные методы качественных маркетинговых исследований, используемых при разработке упаковочных решений, можно отнести к следующим типам:

1. Индивидуальные глубинные интервью;
2. Обсуждения в фокус-группах;
3. Проекционные методы

Типы фокус-групп

При разработке упаковочных решений используются три типа фокус-групп:

1. Поисковые фокус-группы;
2. Клинические фокус-группы;
3. Фокус-группы с погружением

Техники индивидуальных глубинных интервью

При разработке упаковочных решений при проектировании товара используются следующие техники индивидуальных глубинных интервью:

1. Техника постепенного перехода с использованием «триады Келли»;
2. Интервью по скрытым проблемам;
3. Анализ символики.

Проекционные методы при разработке упаковочных решений

Ключевыми проекционными методами при разработке упаковочных решений являются следующие:

1. Словесная ассоциация;
2. Тест на завершение;
3. Проецирование на третье лицо;
4. Ролевые игры;
5. Метод кейсов.

Методы наблюдения при разработке упаковочных решений

Основными методами наблюдения при разработке упаковочных решений являются следующие:

1. Прямое наблюдение;
2. Наблюдение в искусственно созданной ситуации;
3. Контент-анализ;
4. Косвенное наблюдение;
5. Эмпатическое интервью;
6. Включенное наблюдение.

