



Caso de éxito:

Marca líder de CPG

Cómo un líder mundial de CPG utilizó Toluna Start Qual para responder rápidamente a la competencia

Reto

Con una oferta nueva y competitiva lanzada en su categoría, una empresa líder mundial de CPG quería responder tres preguntas clave que informarían su respuesta:

1. ¿Cómo perciben los consumidores el nuevo producto?
2. ¿Puede convertirse en un competidor de nuestro producto?
3. ¿Cómo afectará nuestro uso y ventas?

El desafío no sólo fue inesperado; Tampoco estaba incluido en el presupuesto y suponía un calendario muy ajustado. Tenían sólo cinco semanas desde la idea inicial para responder al lanzamiento competitivo, y debía incluir una prueba de uso en el hogar y al menos dos semanas de trabajo de campo cualitativo.

Solución

El cliente recurrió a la oferta integrada cuantitativa/calificada de Toluna Start y a nuestro equipo de expertos en investigación en busca de ayuda. En tan solo unos días, colaboramos para desarrollar el cuestionario de reclutamiento y la guía de discusión antes de reclutar rápidamente a los encuestados para participar en el estudio. Luego, el cliente realizó un estudio de uso del producto en dos fases a través de Toluna Start Qual.

Fase 1

Primero, el cliente utilizó una variedad de nuestras herramientas cualitativas asincrónicas para comprender las experiencias de los consumidores que habían comprado y utilizado el producto. Los participantes completaron al menos cinco actividades por semana durante un período de dos semanas, que incluyen:

- ✓ Diarios
- ✓ Blogs
- ✓ Encuestas
- ✓ Fotos
- ✓ Foros de discusión



““

Las metodologías observacionales son realmente valiosos. Cuando le pregunté a los consumidores sobre su uso del producto, las respuestas escritas proporcionó una buena visión; sin embargo, las fotos y videos que ellos subieron me hizo darme cuenta de que se estaban comportando ligeramente diferente de lo que habían afirmado. Lo dio esa capa extra de conocimiento que simplemente no se puede capturar en los indicadores de respuestas y, por tanto, una visión más amplia de la comprensión de nuestro consumidor.

Olivia, CMI Manager

““

Me sentí satisfecho con la calidad de los participantes y el nivel de participación en sus comentarios. Tanto la extensión como el contenido de sus respuestas fueron buenos.

Olivia, CMI Manager

““

Para mí, personalmente, fue muy fácil iniciar sesión en cualquier momento del día para ver el progreso e incluso plantear diferentes preguntas como resultado. Realmente me gustó y sentí que todavía tenía la oportunidad de influir en el estudio.

Olivia, CMI Manager

Fase 2

Posteriormente, involucramos a cinco de esos participantes en una profunda discusión en video en vivo de 90 minutos para profundizar en sus motivaciones y experiencias. A través de la sencilla experiencia de usuario de Toluna Start Qual, el cliente pudo observar la discusión, interactuar con el moderador e influir en la investigación en tiempo real para obtener los conocimientos deseados.



El grupo estaba bien reclutado y los participantes fueron muy abiertos, lo que generó una buena dinámica. FueEs muy especial poder interactuar mientras el estudio estaba en vivo, notar tendencias entre los usuarios y al instante pedirle al moderador que profundice más.

Olivia, CMI Manager



Creo que la plataforma tiene un potencial realmente alto, especialmente en la investigación cualitativa para brindar una visión holística.

Olivia, CMI Manager

El Impacto

Con un cronograma tan ajustado desde la idea hasta las ideas y poco apoyo, el cliente se apoyó en el equipo de Toluna para que funcionara. La experiencia y la capacidad de respuesta del equipo de Toluna les ayudaron a realizar mucho trabajo en poco tiempo con su presupuesto. Los conocimientos cualitativos rápidos y de alta calidad brindaron a nuestro cliente una comprensión integral del producto de su competencia y cómo lo usa la gente. Esos conocimientos se compartieron en toda la empresa, brindando a todos los equipos la información que necesitaban para tomar decisiones instantáneas e informadas respaldadas por conocimientos profundos.



Obtuve una visión más profunda y respondí diferentes partes de mi desafío mediante la combinación de calidad asincrónica y de video. Las actividades asincrónicas me ayudaron a comprender las percepciones y los comportamientos de los consumidores, mientras que la calidad del video me ayudó a profundizar en las comparaciones de nuestros productos y mercados.

Olivia, CMI Manager