

# Pet industry

New Product Development

# 01

출시할 지속가능한  
신제품

# 200

견주

## Challenge

### 틈새 시장에서 빠른 인사이트 확보

85년 이상의 업계 경험을 가진 네슬레 퓨리나(Nestlé Purina)는 반려동물 영양 니즈 분야의 전문가이며 반려동물 영양에 관해서 단순히 기준을 만족시키는 것에 그치지 않고 그것을 뛰어넘기 위해 노력합니다. 네슬레 퓨리나가 Toluna를 통해 새로운 지속가능한 반려견 식품에 대한 시장 수요와 소비자 심리를 측정할 이유도 바로 이 때문입니다.

## Solution

### 신속하게 받아볼 있는 인사이트

빠르고 신뢰성 있는 인사이트는 그 어느 때보다 제품 개발 및 출시 속도가 빨라지는 오늘날의 복잡하고 급속히 변화하는 환경에 필수적입니다.

우리의 온디맨드 소비자 인사이트 플랫폼을 통해 네슬레 퓨리나의 인사이트팀은 사전에 프로파일링된 200명의 견주 타겟층에 수 시간 안에 접촉할 수 있었습니다.

결과는 우리의 시각화 및 애널리틱스 분석 플랫폼을 통해 실시간으로 확인 가능하여 인사이트팀이 온라인 환경에서 리포팅에 접근하고 결과를 직접 분석할 수 있었습니다.

## Impact

### 데이터 기반 비즈니스 의사결정

Toluna는 고객의 목소리를 듣는 효과적인 인터뷰 수행에 필요한 솔루션을 네슬레에 제공했습니다. 이를 통해 네슬레는 신제품을 단 이틀 안에 검증하고, 궁극적으로 타겟 시장 진출을 준비할 수 있도록 도움을 받았습니다.

신제품 개발 과정의 초기 단계에서 리서치를 수행한 것이 네슬레 퓨리나가 소비자 수요와 시장 규모를 파악하는데 매우 중요한 역할을 했습니다. 이것으로 네슬레는 자신들의 아이디어에 전념하고 발전시켜 시장에 제품을 출시 할 수 있었습니다.