

Тест по перезапуску DTG: примет ли покупатель новую упаковку?

ПК Балтика

Евгения Швыдченко

Руководитель направления по исследованиям покупателя

КЛЮЧЕВАЯ ЗАДАЧА ТЕСТА

Оценить, как покупатель воспримет новый формат упаковки DTG*: не будет ли отторжения, которое скажется на продажах продукта?

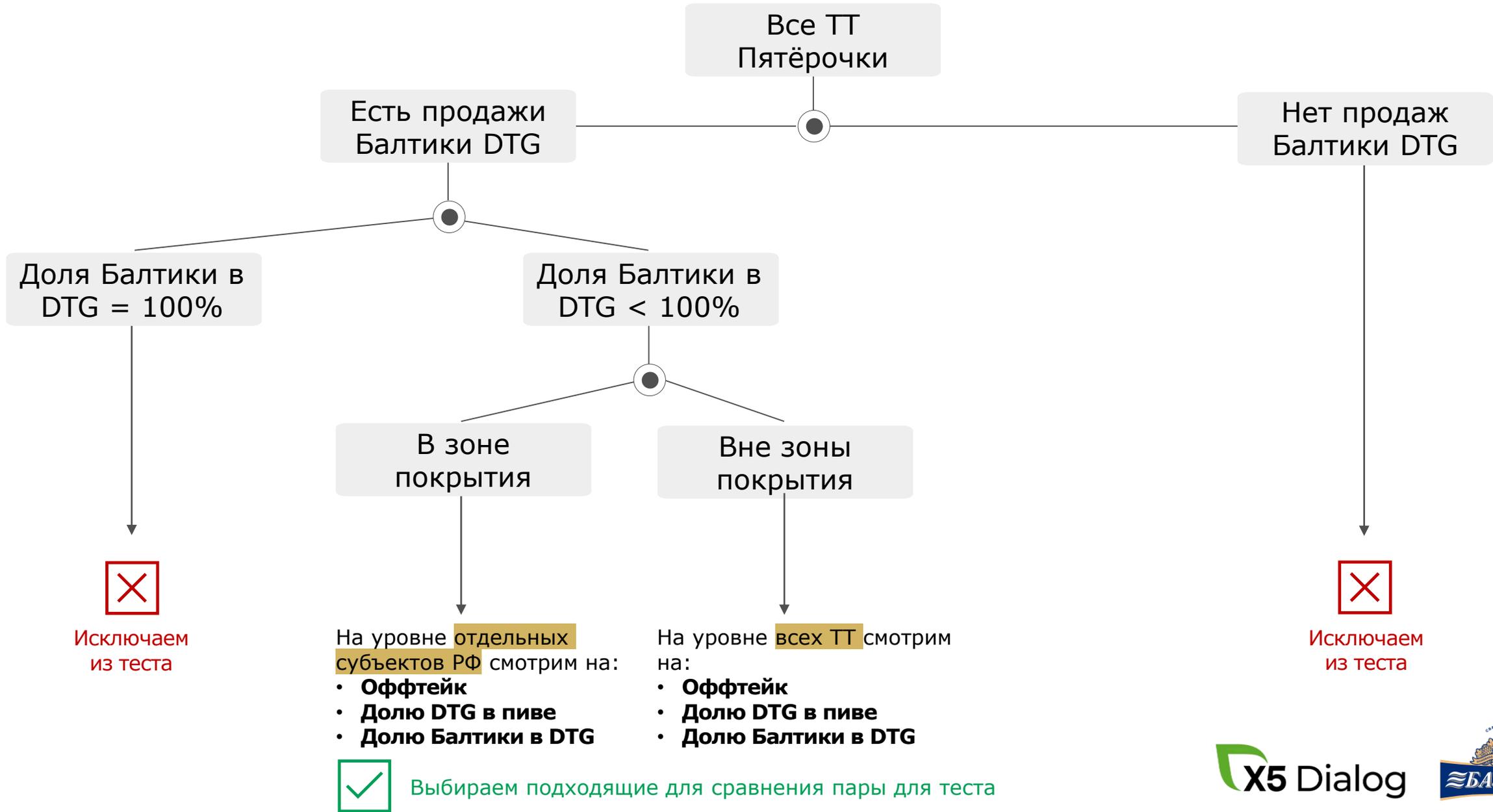
* DTG / DIOT to go – это предварительно упакованное разливное пиво с коротким сроком годности

ИЗМЕНЕНИЕ УПАКОВКИ

Было: продукт разливается в бутылки на заводе, упаковывается в крафт-пакет в ТТ
Стало: pre-rack упаковка, в которую продукт фасуется прямо на заводе



ВЫБОР ГРУПП ДЛЯ АВ-ТЕСТА



АВ-тест

Проведение теста на двух группах точек Пятерочки – только с продуктом в pre-pack и только с продуктом в крафтовом пакете

ГРУППА А
Крафт пакет



ГРУППА В
Pre-pack



ВЫБОРКИ ТТ ДЛЯ АВ-ТЕСТА

Покрытие	Группа А	Группа В
Да	Регион X	Регион X
Да	Регион Y	Регион Z
Нет	ТТ из разных регионов	ТТ из разных регионов

ОСНОВНЫЕ

1

$$\text{Доля в DTG}_A \leq \text{Доля в DTG}_B$$

2

$$\text{Оффтейк}_A \leq \text{Оффтейк}_B$$

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ

3

$$\text{Пенетрация}_A \leq \text{Пенетрация}_B$$

4

$$\text{Частота}_A \leq \text{Частота}_B$$

КРІ

Какие Dialog.X5 отчёты помогли в поиске ответов на наши вопросы?

ДИАГНОСТИКА КАТЕГОРИИ

- 1 ОПЕРАТИВНЫЙ ДОСТУП К ДАННЫМ**
Благодаря маленькому лагу в поставке данных можно быстро отслеживать реакцию покупателей
- 2 КАСТОМИЗИРОВАННЫЕ ГРУППЫ ТТ**
Возможность создавать свои группы магазинов помогает подобрать их под конкретную потребность
- 3 РАЗНООБРАЗИЕ МЕТРИК**
Доступность большого числа метрик помогает взглянуть на результаты с разных сторон

Результаты АВ-теста

Эффект от ввода новой упаковки: рост оффтейка в среднем на 4,5%, а также привлечение новых покупателей

	Регион X Pre-pack vs Крафт	Регион Z vs Регион Y Pre-pack vs Крафт	Вне покрытия Pre-pack vs Крафт
Доля в DTG	+3,6% ↑	-2,0% ↓	+5,2% ↑
Оффтейк	+4,7% ↑	+1,5% ↑	+4,3% ↑
Пенетрация	+10,3% ↑	+22,2% ↑	+21,2% ↑
Частота	+1,8% ↑	-2,8% ↓	-3,4% ↓

Спасибо!

