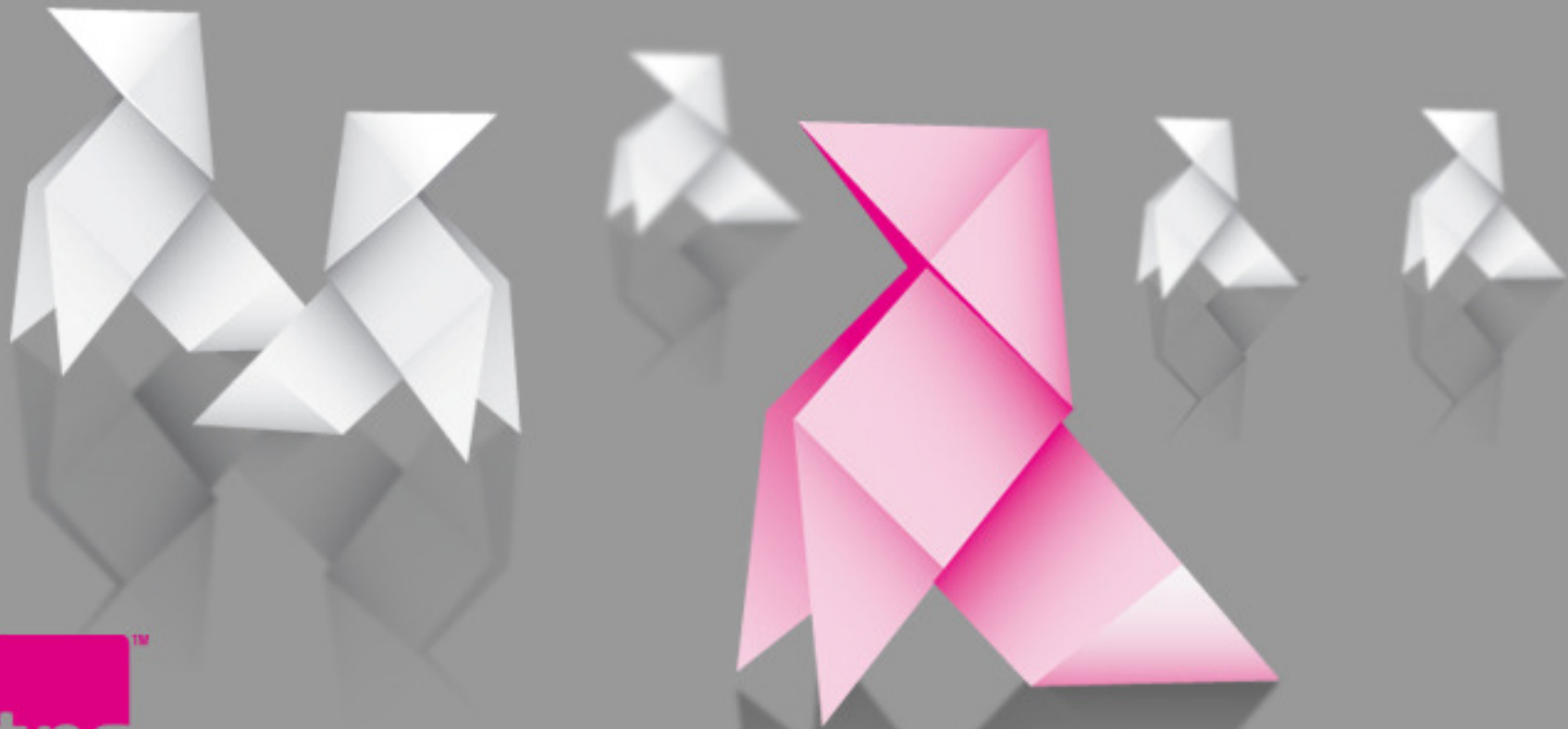


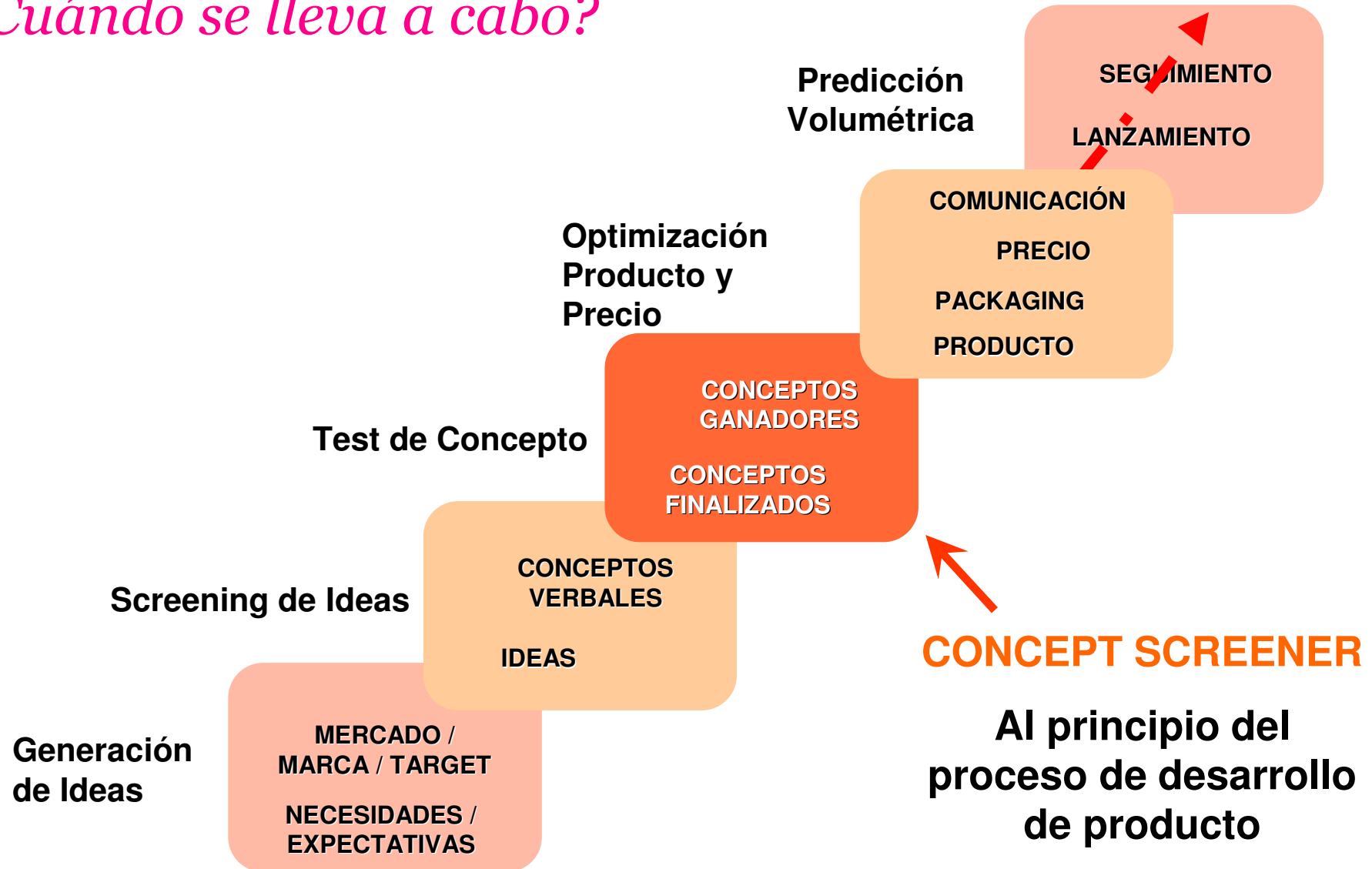
# InnoSuite Concept Screener

Determinar el concepto con mayor potencial





## ¿Cuándo se lleva a cabo?





## *Detectar proyectos con mayor potencial*

### **Evaluar / Priorizar**

Evaluar los conceptos a partir de **medidas de ejecución relativizadas** con normas

Interés de compra Implicación Originalidad	Relación calidad-precio Cantidad que compraría Frecuencia de compra
--	---

Comprensión Qué gusta Qué no gusta	Imagen Envase Ingredientes, fórmula
--	---

### **Entender**

Diagnóstico de **fortalezas y debilidades** de cada concepto



## Con CSI® medimos la atracción del concepto

- 1 Seguramente lo compraré
  - 2 Probablemente lo compraré
  - 3 Valoración Global
  - 4 Relación Calidad-Precio
  - 5 Originalidad / Singularidad
- } Intención de compra ponderada

### CSI® - Concept Screening Index

- Basado en la **experiencia de TNS**: más de 15.000 estudios
- El único índice que **integra varias medidas de interés y atracción**
- Tiene en cuenta y corrige el **efecto de sobredeclaración**



## Cómo compararlo con la base de datos

Norma = nivel a alcanzar para obtener **éxito en el lanzamiento**



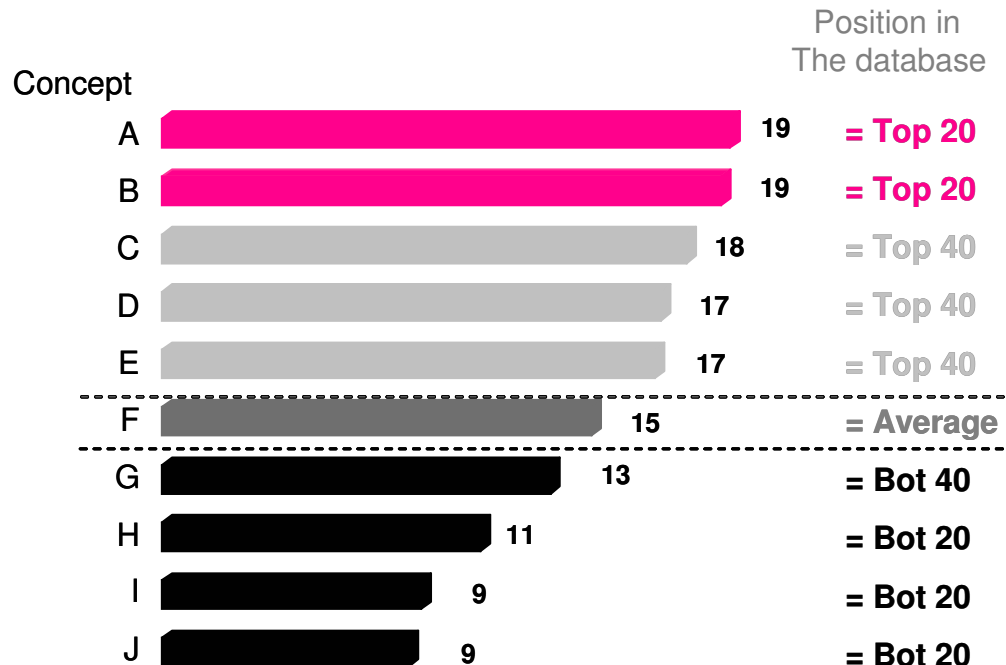
Las “normas” reflejan la “media” del mercado



Necesidad de ir más allá de la media



**CONCEPT SCREENER™  
DATABASE POSITIONING**



**Posición « TOP 20 »: conceptos ganadores para seguir desarrollando**

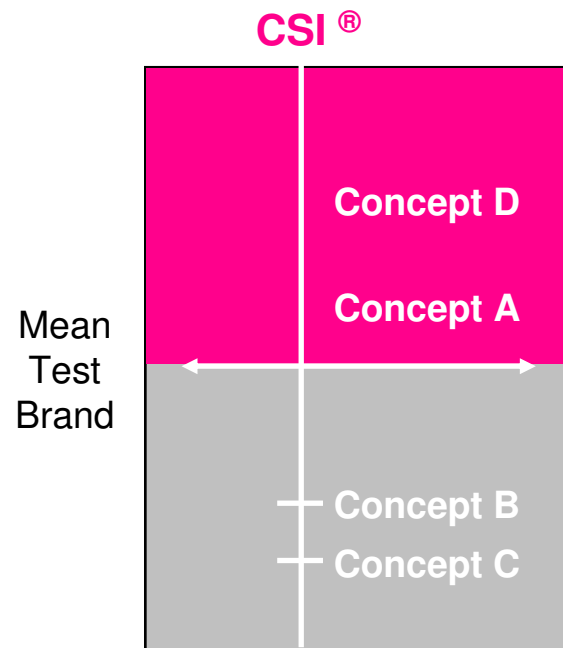
Posición « TOP 40 »: conceptos a optimizar

Posición « AVERAGE »: conceptos a redefinir

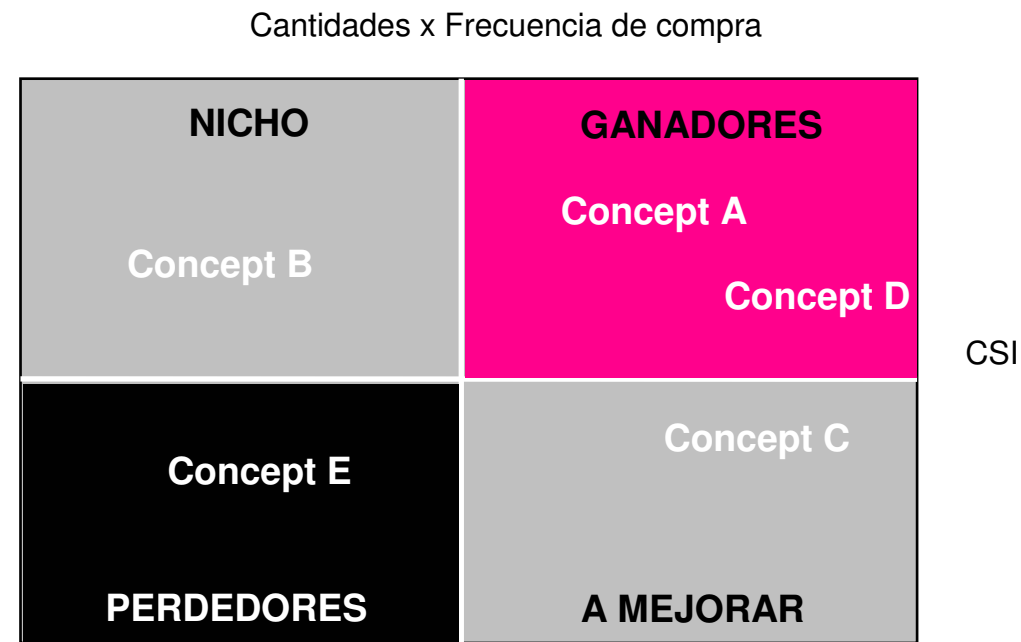


# ¿Cuáles son los conceptos más prometedores ?

## Conceptos más atractivos

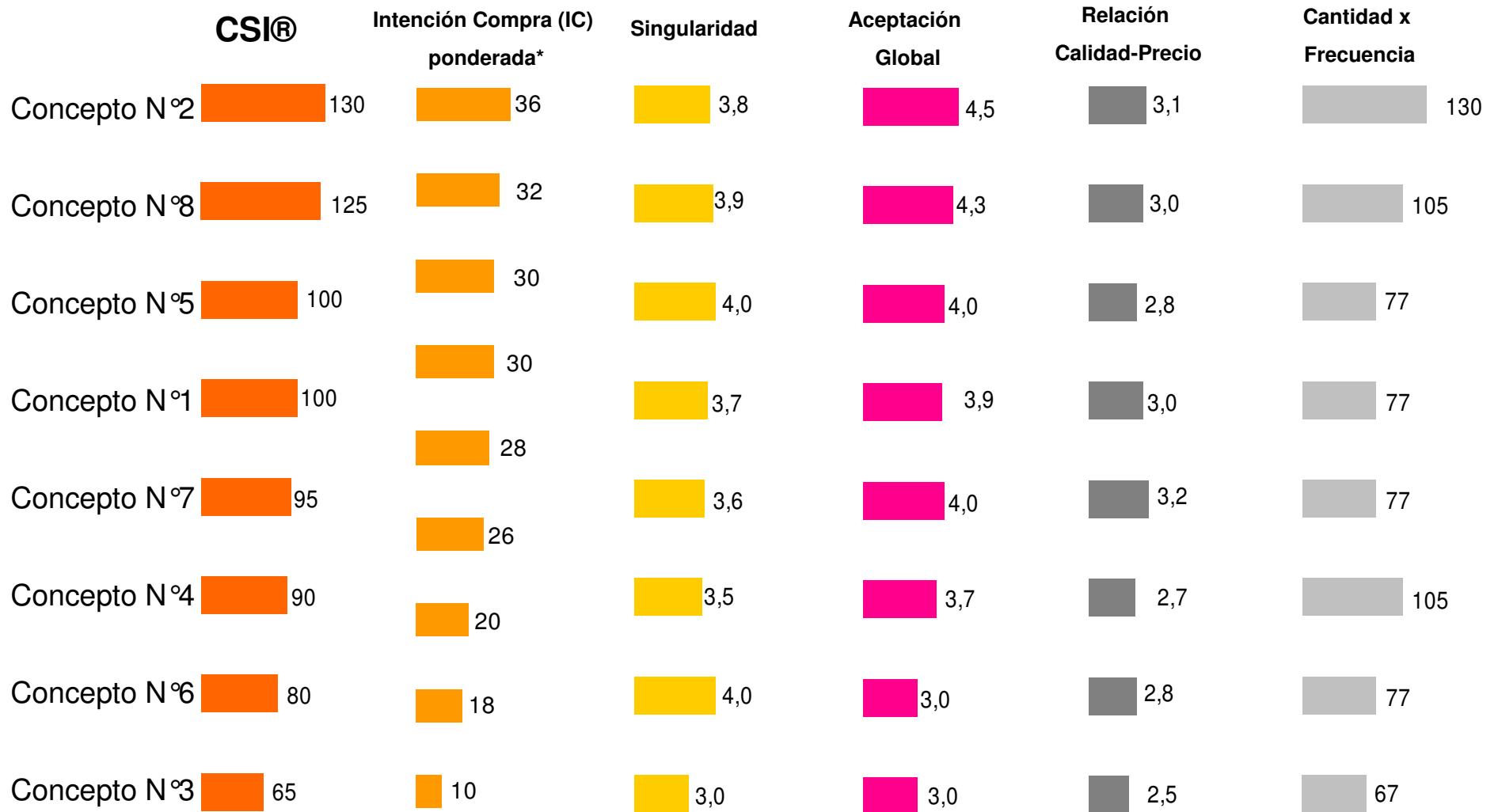


## Posicionamiento conceptos



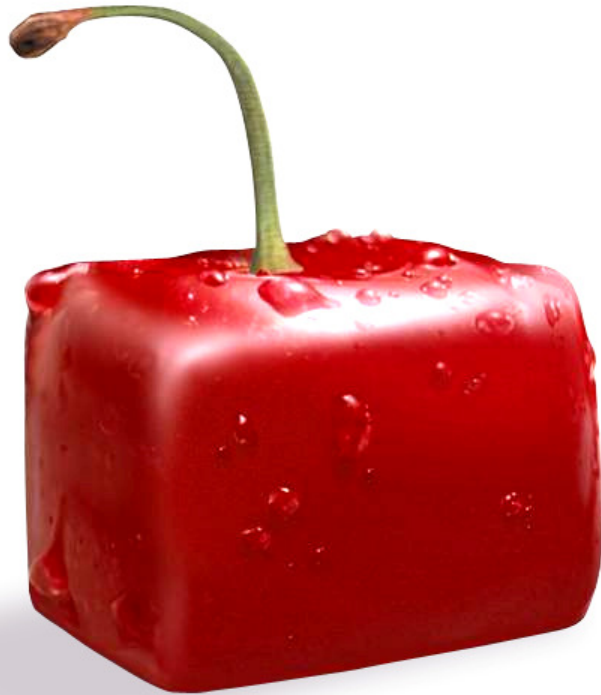


## Comparación entre las medidas de ejecución



\* IC Ponderada = (seguramente lo compraría x 0,75) + (Probablemente lo compraría x 0,25)

Base: Total (XX)



## DESCRIPCIÓN del CONCEPTO

Nombre

Imagen

Descripción

Claim

Precio

## TARGET del ESTUDIO

Responsable de compras, hombres y mujeres

## PREGUNTAS ESTÁNDAR

Compra/consumo marcas categoría, intención y frecuencia de compra, likes/dislikes, Valoración Global, Relación Calidad-Precio, diferenciación, sustitución, adecuación a la marca, grid importancia atributos



# *Concept Screener*

*Desde 5.950 €\* en tan sólo 10 días*

**\* Condiciones:**

- 150 entrevistas on-line a individuos de 15 a 55 años
- Test monádico, 1 solo concepto
- Con máxima penetración >70%
- La base para cada concepto a testar es de 150 individuos
- Muestra 6<sup>th</sup>dimension™, el Access Panel online de TNS
- Cuestionario de 10 minutos, estándar de test de conceptos
- 10 días hábiles desde la aprobación del cuestionario
- IVA no incluido

# InnoSuite Concept Screener

Determinar el concepto con mayor potencial



Más información:

**TNS Consumer Ad-Hoc**

Camí de Can Calders, 4.

08173 Sant Cugat del Vallès

t: +34 93 581 94 57

e: [consumer.es@tns-global.com](mailto:consumer.es@tns-global.com)



[www.tns-global.es](http://www.tns-global.es)