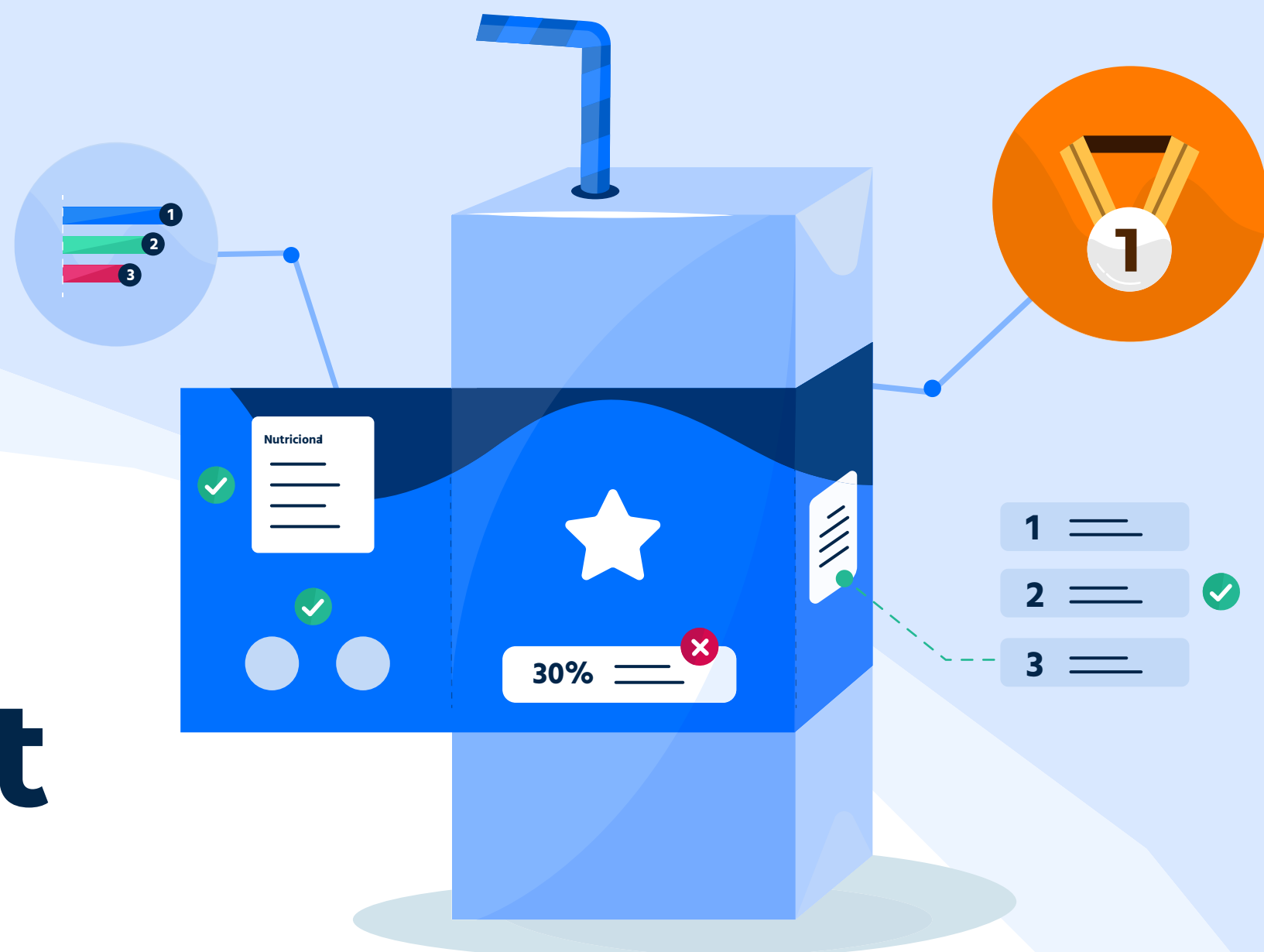


Packaging Test



Descripción

Identifica el diseño con mayor potencial de éxito en el mercado de tus diferentes propuestas de empaque. Packaging Test realiza un análisis profundo individual o comparado con tu competencia, enfocando las variables de tu interés como diseño, sostenibilidad, practicidad, alineación con marca, elasticidad de precio y stand out of the shelf. Incluye también el **APS (Atlantia Packaging Score)**, con el que obtendrás un score de viabilidad del producto alineado completamente a lo que tus consumidores buscan.

¿Para qué sirve?

- Eficientar recursos al desarrollar la propuesta de empaque más atractiva para tu consumidor.
- Conocer la capacidad de los empaques evaluados para detonar acciones concretas en el consumidor.
- Construir estrategias basadas en los elementos de mayor atracción y diferenciadores de los empaques evaluados.
- Conocer el desempeño de las propuestas en función de cumplir una estrategia de marca.

¿Para quién es este estudio?

- Market Research
- Consumer / Shopper Insights
- Research and Development
- Innovation
- Category Management
- Branding team
- Marketing

Indicadores principales

<p>Perfilamiento y preferencias</p> <ul style="list-style-type: none"> · Incidencia de consumo de la categoría · Frecuencia de consumo de la categoría · Marcas consumidas de la categoría · Marca de mayor frecuencia 	<p>Pricing</p> <ul style="list-style-type: none"> · Willingness to pay (Monto dispuesto a pagar)
<p>Performance del empaque</p> <ul style="list-style-type: none"> · APS (Atlantia Packaging Score) 	<p>Overall Packaging performance (Individual)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Atractivo / Agrado (individual) · Intención de compra (individual) · Calidad percibida · Relevancia · Diferenciación / Innovación · Curiosidad que detona · Claridad de la información / Información clara · Confianza que genera / Me da confianza · Asociaciones espontáneas · Elementos de mayor agrado · Elementos menos atractivos
<p>Image Performance del empaque</p> <ul style="list-style-type: none"> · Heath maps comparativo · Elementos más atractivos del empaque · Áreas de oportunidad del empaque 	<p>Packaging specific characteristics evaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> · Diseño del empaque · Forma del empaque · Orientación del empaque · Colores del empaque · Proyecta buen sabor. · Imágenes atractivas · Tipografía adecuada
<p>Evaluación comparativa del empaque</p> <ul style="list-style-type: none"> · Atractivo comparativo · Diferenciación comparativa · Intención de compra comparativo · Brand fit comparativo · Calidad comparativa · Sabor comparativo 	<p>Match con la estrategia del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> · Proyecta un producto para la familia · Saludable · Credibilidad · Atributos relacionados con la estrategia del cliente (5)
<p>Brand performance comparativo</p> <ul style="list-style-type: none"> · Brand identification(Es una marca para mi) · Brand recall · Switch de marca · Packaging Brand fit (Empaque adecuado para la marca) · Evaluación de brand values seleccionados por el cliente 	

Módulos adicionales

<p>PRICE SENSITIVITY (PSM)</p> <ul style="list-style-type: none"> · Rango de precio aceptable · Punto de precio óptimo · Punto indiferente de precio · Punto marginal de precio bajo · Punto marginal de precio alto 	<p>Stand out of the shelf</p> <ul style="list-style-type: none"> · Product Ease to find · Most attractive product on shelf · Purchase intent on the shelf 	<p>Variables de perfilamiento</p> <p>Hasta 5 variables adicionales de perfilamiento (número de hijos, mascotas, profesión, ingreso, etc, *Estas son variables para análisis y no representan cuotas</p>
	<p>Extensión NMS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Curva de elasticidad de la demanda · Revenue por mil unidades 	

Metodología

La metodología de Atlantia Search para la evaluación de empaques conceptos de producto, incluye el **Atlantia Packaging Score**, diseñado para conocer el potencial de un empaque vs otras versiones. A través de un cuestionario estandarizado **evalúa hasta 5 conceptos** más desarrollados. Nuestras herramientas automatizadas de muestreo permiten optimizar la muestra, así mismo puedes seleccionar la exposición para tus conceptos: secuencial (evaluar uno después de otro) o monádica (conceptos evaluados de manera independiente). La flexibilidad de nuestra metodología permite agregar además análisis adicionales como **Price Sensitivity Meter** para conocer la elasticidad de precio y **Stand out of the shelf** para conocer su desempeño en anaquel.

¿Cómo funciona?

- 1.** Envío de imágenes de producto y/o anaquel a evaluar:
 - Imagen (700x700)
 - Descripción (300 caracteres)
 - Precio fijo (opcional)
- 2.** Configuración del producto y muestra.
- 3.** Procesamiento de análisis estadísticos y metodológico.
- 4.** Generación de reporte con análisis comparativo e individual por empaque.

Diferenciadores

	Herramientas DIY	Packaging Test Atlantia
Cantidad de empaques	Ilimitados	Hasta 5 empaques
Proporciona información de tasas de respuesta y diseña optimización de flujos.	No	Sí, incluido.
Asesoría para elegir el mejor diseño metodológico para la exposición de tu empaque	No	Sí
Posibilidad de agregar análisis y preguntas especiales.	Sí	Sí
Indicadores normados de viabilidad	No	Sí
Módulo especializado para medición de precio	Algunas	Sí
Recomendaciones para mejorar el performance de tu empaque	No	Sí
Módulo especializado para evaluación stand out of the shelf	No	Sí
Alcance comparativo multi-país & idioma	Limitado	Sí

Casos de uso



Empresa de bebidas desea lanzar nuevos productos al mercado en 2022 y ha diseñado un set de bebidas funcionales muy diferentes a lo que el consumidor ha visto en el mercado. Desea conocer si los consumidores identifican los beneficios de estas bebidas a través del diseño del empaque y si están dispuestos a pagar el punto de precio que proponen para estas nuevas propuestas de bebidas.



Empresa de comidas RTE desea lanzar una nueva línea de comidas gourmet para ocasiones especiales, incluirá una calidad de ingredientes superior con un punto de precio igualmente alto. La empresa desea saber cuál es la propuesta de producto más atractiva que ofrece, la propuesta con mayor potencial de demanda así como el punto de precio óptimo.

Caso de éxito



Si deseas conocer más del producto, descarga nuestro caso de éxito.

[Conocer caso de éxito](#)

Si quieres datos específicos de tu industria.

[Contáctanos](#)

