



18.02.2019 r.

Prezes SEKO o tym, dlaczego niezależne badania konsumenckie są ważne

Niezależne badania konsumenckie to niepotrzebny wydatek, czy jednak istotny element planowania produkcji i strategii? Według Kazimierza Kustry, prezesa SEKO, polskich i zagranicznych firm nie stać na to, żeby owych badań nie przeprowadzać. Wprowadzanie produktów i ich dalsza produkcja bez weryfikowania zainteresowania konsumenta to prosta droga do wypadnięcia z rynku.

– Firma nie działa sama dla siebie – wychodzi do dostawców, klientów indywidualnych, dostarcza im produkty, których oczekują. Jeśli tego nie robi, znika, bo zwyczajnie nie jest w stanie zaspokoić popytu z powodu braku jego identyfikacji. Badania konsumenckie są wyznacznikiem tego, w jakim kierunku poprowadzić bieżącą produkcję oraz na co zwracać uwagę przy wprowadzaniu kolejnych towarów – argumentuje prezes SEKO i wskazuje, że obszar działania w tym zakresie jest ogromny. Przedsiębiorstwa mogą prowadzić badania na własną rękę, zlecać je na zewnątrz, czasem też sieci handlowe porównują jakość produktów kilku różnych producentów. To daje pełen obraz oczekiwań klientów i efektów produkcji.

Czas na badania konsumenckie

Kiedy jest pora na badania konsumenckie? Kazimierz Kustra nie ma wątpliwości, że należy je przeprowadzać regularnie i to również na produktach, które od dawna są na rynku dostępne – *Świat się zmienia, konsument się zmienia, to czemu smak miałby pozostać ten sam? Zawsze można coś poprawić na każdym etapie produkcji. Zmiana proporcji składników, odjęcie jakiegoś, dodanie bądź sposób konserwacji - wszystko wpływa na finalny odbiór produktu – Prezes SEKO podkreśla, że badania konsumenckie prowadzone na każdym etapie dają realne korzyści i wymienia, kiedy można je realizować – Gdy sprawdzamy, co klienci lubią i jakich produktów oczekują. Gdy wprowadzamy na rynek nowy smak. Gdy kontrolujemy towar, będący w sprzedaży już od jakiegoś czasu. Każde weryfikowanie efektów produkcji prowadzi do wyciągnięcia właściwych wniosków. Można utwierdzić się w przekonaniu, że wybrana droga jest spójna z oczekiwaniami konsumentów, bądź, wręcz przeciwnie, może okazać się, że trzeba coś zmienić. Wiedza daje możliwości reagowania, a właściwa reakcja to przetrwanie firmy.*

Własne czy zewnętrzne?

Kazimierz Kustra wskazuje, że firma powinna kontrolować swoje produkty samodzielnie, ale i zlecać wykonanie badań firmom zewnętrznym. Najważniejsza jest jednak właściwa grupa kontrolna – *Nie możemy nastolatkom zlecać testowania produktów skierowanych do grupy 40+, to mija się z celem. Każde badanie*

SEKO SA

ul. Zakładowa 3
89-620 Chojnice

tel. +48 52 510 81 40
fax +48 52 396 73 51

www.sekosa.pl



powinno być przemyślane i mieć jasno określoną grupę testową, posiadającą odpowiednie kubki smakowe. Tylko w ten sposób zweryfikujemy, czy dany produkt trafia w gusta klientów, czy nie – Prezes SEKO wskazuje jednocześnie, że warto też czasem porównać własne towary z towarami konkurencji. Efekty mogą zaskoczyć – Jedna z sieci przeprowadziła badania dotyczące m.in. smaku Ryby po węgiersku SEKO. Na tle konkurencji wypadliśmy rewelacyjnie, co pokazało nam, że poszliśmy w bardzo dobrym kierunku. Jednak każda z firm powinna się liczyć z tym, że nie zawsze grupa testowa będzie zadowolona ze smaku, konsystencji, czy koloru. Czasem tylko jeden z elementów będzie wymagał poprawy, a czasem trzeba będzie przemyśleć cały sposób produkcji i formułę.

Badania konsumenckie to najprostszy sposób na uzyskanie właściwej informacji z rynku. Wyniki sprzedażowe mogą pokazać, czy dany produkt cieszy się zainteresowaniem, ale nie wskażą, dlaczego tak się dzieje.

W ofercie SEKO jest ponad 200 pozycji asortymentowych w 17 kategoriach. Są to marynaty, mrożonki, pasty, sałatki i konserwy przygotowane głównie na bazie śledzia i makreli sprowadzanych z certyfikowanych łowisk Islandii, Norwegii, Danii, Niemiec i Kanady. Produkty SEKO są dostępne w sieciach handlowych i hurtowniach na terenie całego kraju, a także na rynkach zagranicznych, m.in. w Niemczech, Czechach, Słowacji, Irlandii, Anglii, Rumunii, we Włoszech i we Francji oraz na Litwie.

Kontakt dla mediów:

Joanna Maciejewicz
j.maciejewicz@synertime.pl
887-448-440

SEKO SA

ul. Zakładowa 3
89-620 Chojnice

tel. +48 52 510 81 40
fax +48 52 396 73 51

www.sekosa.pl