

Вплив знання бренду на об'єктивність оцінок

Аналіз результатів "сліпого" тестування 11 брендів таблеток для ПММ

25

тестувальників

11

німецьких брендів

**Несподівані
результати**

Сліпе тестування vs Знання бренду

Методологія дослідження

Учасники

- 12 - сліпе тестування
- 13 - знали бренд
- Реальні клієнти

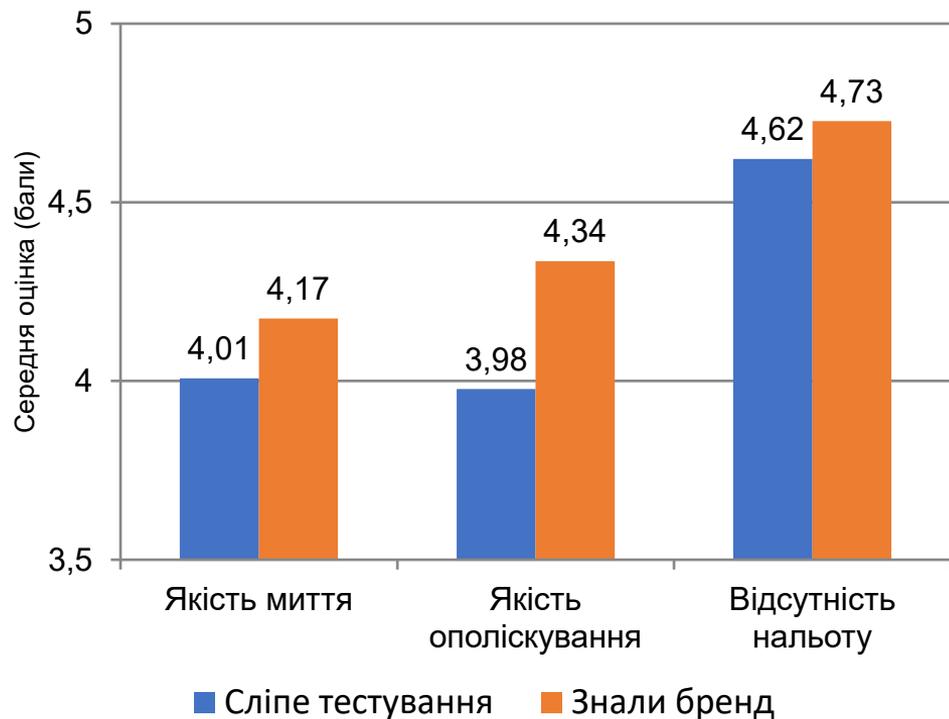
Параметри оцінки

- Якість миття
- Якість ополіскування
- Наявність нальоту

Протестовані бренди (11)

- Alio
- Miele Ultra Tabs
- Blik
- Tandil
- Denkmit Revolution
- W5 All-in-1
- Denkmit Nature
- Dreft
- Domol 12-в-1
- W5 Platinum
- Ja!

Загальний вплив знання бренду



СЛІПЕ ТЕСТУВАННЯ

4.20

середня оцінка

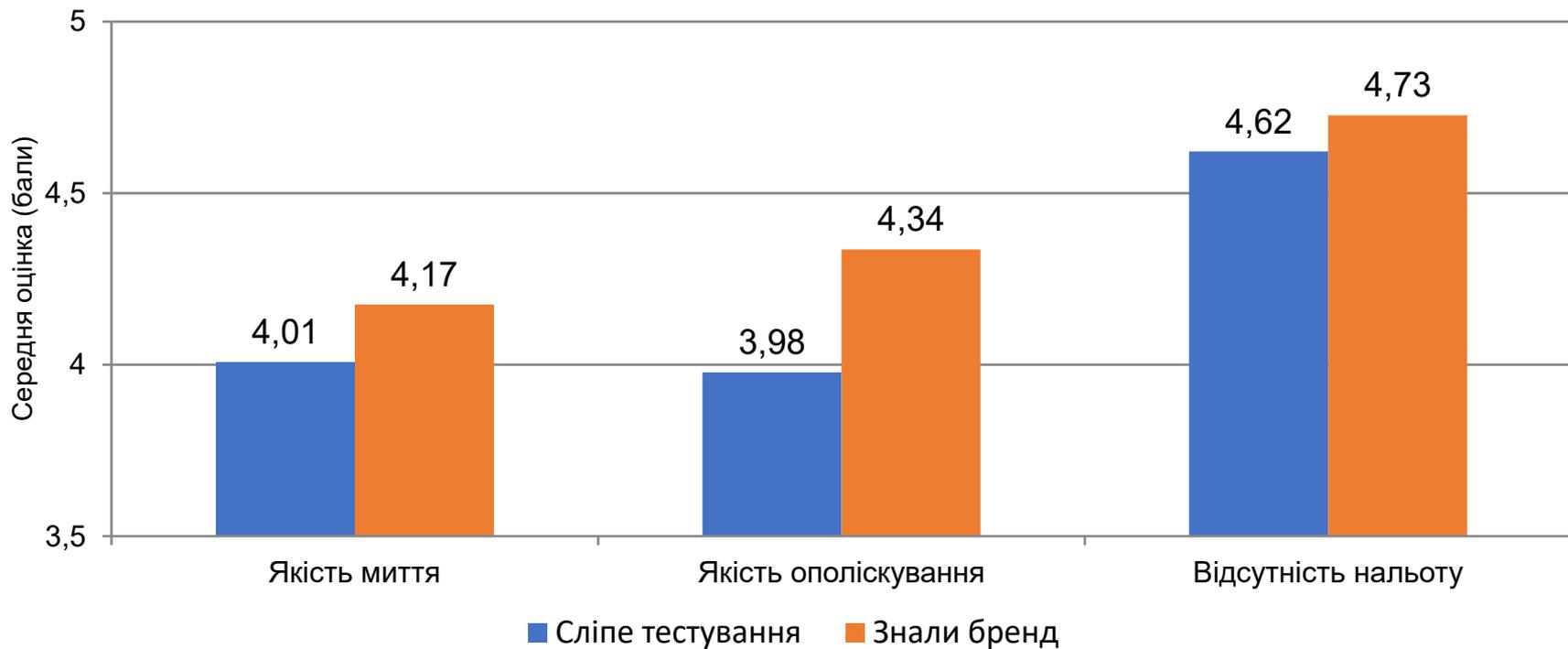
ЗНАЛИ БРЕНД

4.41

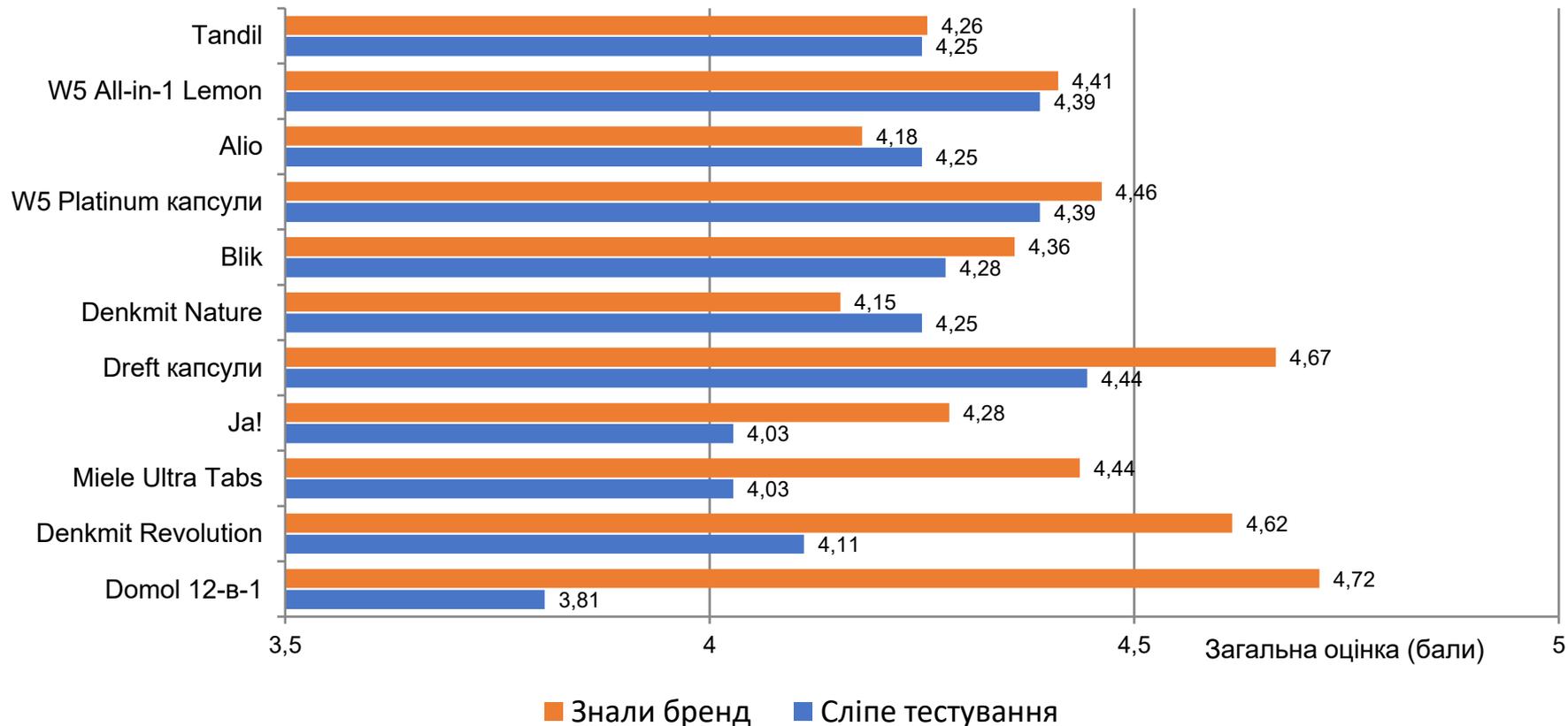
середня оцінка

Вплив знання бренду на параметри

Порівняння середніх показників (n=25)



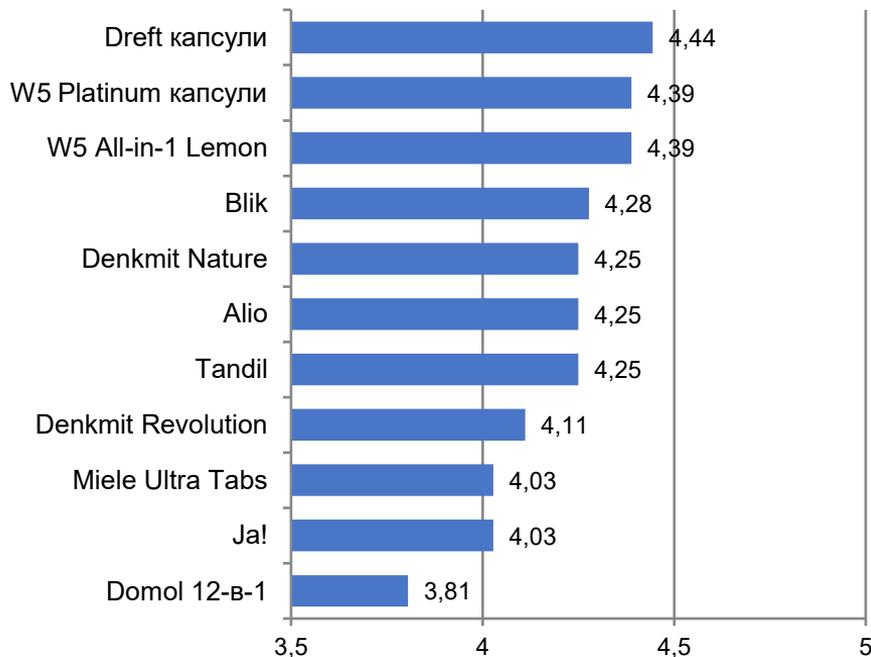
Порівняння ВСІХ брендів: Слепе vs Знали бренд



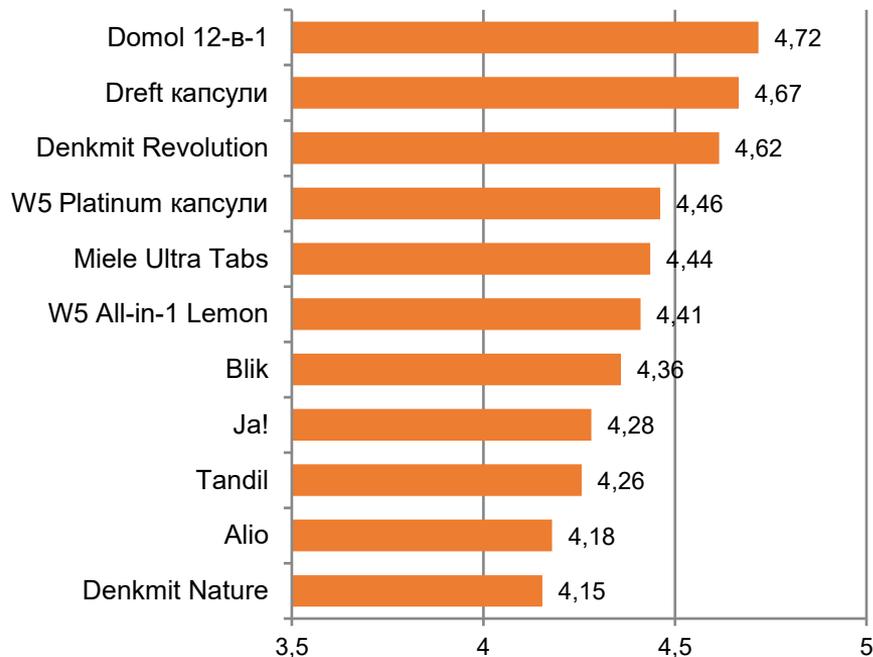
Зміна рейтингу брендів через упередження

Порівняння місць у рейтингу: Сліпе тестування vs Знали бренд

Сліпе тестування



Знали бренд



Висновки та рекомендації

✓ Ключові висновки

- 27% брендів з завищеними оцінками
- Загальне завищення: **+5%**
- Найбільший вплив на ополіскування: **+9%**
- Domol 12-в-1: **+24%** упередження

💡 Рекомендації

- ЗАВЖДИ тестувати "в сліпу"
- Не повідомляти бренд до завершення
- Увага до бюджетних брендів
- Знання бренду = +5-24% до оцінок

Сліпе тестування забезпечує об'єктивність оцінок