

プロダクトデザインアピアランステスト

Product Design Appearance Test



領域

情報機器、家電品、文房具などの耐久財のデザイン開発。
とくに最終的なチェックとして。

目的

テスト品を含めた店頭を再現、ふだんの購買行動を行ってもらう。
製品のデザインや視覚的印象から次の点を明らかにする

- ①購入率の予測
- ②イメージや印象の内容
- ③パーツや付加機能の評価

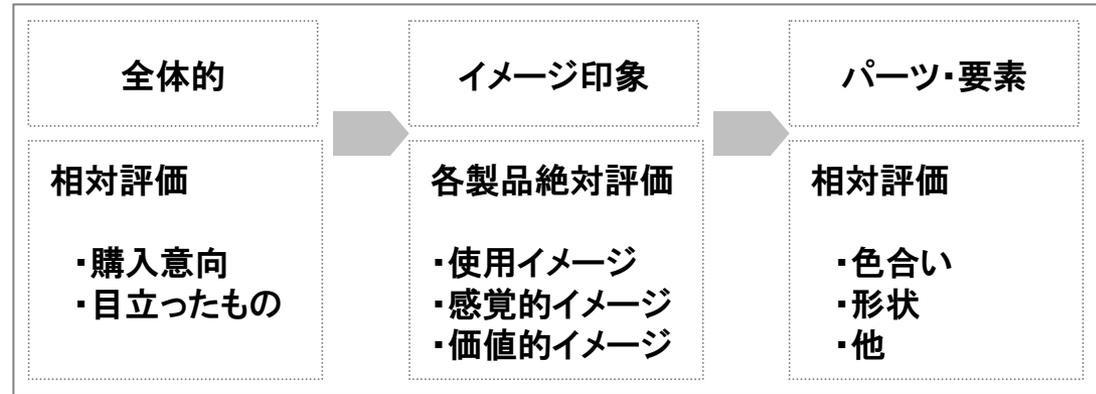
方法

| | |
|---------|----------------------|
| 実査方法 | セントラルロケーションテスト(会場調査) |
| 対象者条件 | 対象商品カテゴリー・ユーザー |
| サンプル数 | 200～300 |
| 対象者抽出方法 | プレリクルーティング |
| 全体期間 | 1か月 (企画から報告まで) |

Product Design Appearance Test

調査内容

提示品：テスト品+競合品（5～6製品）



分析内容

