

# חשיבות המחקר הסנסורי בתהליכי הפיתוח של מוצרים חדשים

אוגוסט 2018



# החושים

סנסוריקה עוסקת במדידה וניתוח של תכונות המזון הניתנות לקביעה באמצעות חמשת החושים:



- מישוש 
- ריח 
- טעם 
- שמיעה 
- ראיה 

פרמטרים סנסוריים (דוגמת מתיקות, חמיצות, מרקם וכיו"ב) נבדקים תפיסתית ע"י הצרכן באמצעות המחקר הסנסורי ואנליטית במעבדות הבודקות את הרכבו הכימי והפיזיקלי של המוצר.

השילוב בין המידע התפיסתי על המוצר (מהצרכן) למידע האנליטי (של המוצר) בשילוב קונספט שיווקי ומותגי נכון הוא הבסיס ליצירת עמדה תחרותית בשוק והגדלת סיכויי ההצלחה של מוצרים חדשים.

# סנסוריקה וחדשנות

המפתח להצלחה של מוצר חדש טמונה בראש ובראשונה בהבנת השינויים בהתנהגות הצרכנית ובהערכת הצרכים הנגזרים ממנה.

יש לזכור כי הצרכן החדש מתוחכם יותר, מבין יותר, חשוף יותר, דורש יותר, מונע על ידי טרנדים ומחפש ריגושים וחדשנות סביב השעון.

שיתוף הצרכנים כבר בתחילת תהליך הפיתוח של מוצר חדש משפר את איכות התהליך, מוזיל את העלויות, מזרז את זמן הפיתוח והיציאה לשוק ומקטין את סיכויי הכישלון.




# הטעם כן קובע


התקבלות הטעם של המוצר הינה תנאי הכרחי (אם כי לא מספיק!) בהצלחתו של כל מוצר חדש:


- מחקרים שנעשו בשנים האחרונות הראו כי הצרכן הישראלי צמא לחדשנות ובעל נכונות גבוהה להתנסות עם מוצרים חדשים, עם זאת אסור לנו לאכזב אותו – הישראלי לא שוכח ולא סולח!!
- מחקר של חברת קנטאר מדיה (פבר' 2018) שבדק את עמדות הצרכנים הישראלים כלפי מוצרים חדשים גילה כי 82.1% מהצרכנים בישראל אומרים כי הם אוהבים לנסות מוצרים חדשים. בקרב נשים – האחוז גבוה יותר ומגיע ל 84%. בנוסף, 70.6% מהצרכנים מוכנים לשלם יותר עבור מוצר חדש אם הם אכן מרוצים ממנו.
- האיכות הנתפסת של המוצר ותפיסת המותג ביני הצרכן מושפעת מאוד מהתקבלות הטעם.
- אלפי מחקרים סנסוריים השוואתיים שהתקיימו בחברתנו לאורך השנים, מראים כי המוצרים הקיימים היום במדף עומדים בסטנדרט התקבלות גבוה, מה שמחייב כל מוצר חדש לעמוד ברף ציפיות גבוה של המתחרים על המדף.
- לא מעט חברות מובילות בחדשנות אמצו לעצמן את ה Gold Standard הסנסורי של Equal or Better לפני שהן משיקות מוצר חדש.


# THE TASTE

# אל תפסיקו לחדש!

יש לזכור כי מוצרים חדשים מהווים את קו החיים של כל חברה מסחרית וכי מחקרים מראים כי בין 50% - 75% מהגידול במכירות מגיע ממוצרים חדשים. 

פיתוח מוצרים חדשים הוא מנוע צמיחה מרכזי להישרדות בתנאים של שוק המאופיין בריכוזיות ותחרותיות גוברת דוגמת זו של שוק המזון הישראלי. 


פיתוח מוצרים חדשים כרוך בהשקעה משמעותית ובעלת סיכון גבוה. רמת ההשקעה ולצידה הסיכון נמצאים בעליה מתמדת ולמרות זאת, למעלה מ-4,300 מוצרי מזון חדשים (SKU) הוחדרו בשנה האחרונה לשוק. 

הקשר הרב לאומי של חברות ישראליות מביא לגידול משמעותי בקצב החדרת המוצרים (יוניליוור, נסטלה, יופלה, מולר...) ויחד עם זאת מחזור חיי המוצר מתקצר משמעותית. 

# Novelty.

# השקעה ותרומה בצידה


## אז מה היא תרומתם של מוצרים חדשים?


- מוצרים חדשים הינם מנוע צמיחה להגדלת היקפי המכירות 
- תורמים לרווחיות 
- תומכים בנכס החשוב ביותר של החברה – המותג 
- משדרגים את תמהיל המוצרים 
- מחזקים את המעמד במדף 
- מאיצים כניסה לשווקים חדשים 
- מציגים חדשנות ללקוח ולערוצי ההפצה 
- ממריצים את צוות החברה. 


# Novelty.

# מחיר הכישלון


## מהו מחיר הכישלון של מוצר חדש?

איבוד הזדמנויות בשוק 

אובדן לקוחות קיימים ופוטנציאלים 

שטחי מדף "מבוזבזים" – אובדן מכירות 

הקטנת כוח המיקוח (העתידי) מול הרשת 

פגיעה במוניטין החברה והמותג. 



# מזעור הסיכונים

איך ההערכה סנסורית עוזרת לנו להקטין את הסיכון מכישלון?

אבחון המעמד הסנסורי תחרותי אל מול המתחרים ✓

יכולת להגדיר מוצרים/טעמים מועדפים ולתעדף את סדר ההשקה ✓

התאמה בין מאפייני מוצר לקונספט שיווקי ✓

יכולת לשפור מוצרים קיימים – טעם, תהליך, טכנולוגיות... ✓

שינוי בחו"ג ובתהליכי ייצור – הוזלת מוצר, הפחתת מלח, כשר לפסח... ✓

גיור מוצרים – התאמה לטעם מקומי, התאמות כשרויות... ✓

בקרת איכות שוטפת – מול יצור, מתחרים, ספקים ✓

הבנת מאפייני המוצר החשובים והמועדפים ע"י הצרכן. ✓







נתיב יועצים • Nativ Consulting

חברת הייעוץ היחידה בישראל המתמחה בלעדית בענף המזון מאז 1983 ומספקת  
מטריית שירותים כוללת בענף המזון.

✓ מחקרי שוק

✓ מחקרים סנסוריים

✓ פיתוח מוצרים חדשים

✓ איתור וחדירה לשווקים חדשים

✓ מיזוגים ורכישות וגיוס משקיעים

✓ ייעוץ אסטרטגי וליווי תהליכי היישום

לפרטים נוספים על שרותי החברה ותיאום פגישת היכרות צרו קשר עם מיכל דיסקין

דרך מנחם בגין 154 תל אביב (בית קרדון) 

03-6955806 

[Ron.nativ@mns-israel.com](mailto:Ron.nativ@mns-israel.com) 