

[Etusivu](#) › [Testauspalvelut](#) › [Markkinatesti](#)

Markkinatesti

Markkinatestissä yhdistyvät tuotetestaaminen ja markkinointi. Markkinatesti soveltuu parhaiten valmiille tuotteelle tai osaksi uuden tuotteen lanseerausta sekä erityisesti myös erilaisille palveluille ja sovelluksille. Konsepti kohdentaa markkinoinnin liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneelle kohderyhmälle ja 5000 liikkujaa kokee tuotteesi. Tuotetestausta tapahtuu aidossa käyttötilanteessa oikeilla liikkujilla. Kokonaisuuteen voidaan yhdistää myös myyntikanavaratkaisu.

Kaksi vaihetta

Ensimmäisessä vaiheessa on avoin testaajahaku, joka toimii samalla tehokkaana markkinointikanavana kertoen liikkujille tuotteesi parhaat ominaisuudet. Markkinointi tavoittaa 5000 aktiivista liikkujaa ja potentiaalista ostajaa. Toinen vaihe rakentuu tuotteen testauksesta, joka takaa tuotteen helppokäyttöisyyden ja toimivuuden. Testaus on asiakkaan halutessa mahdollista toteuttaa julkisesti, jolloin tuloksia voidaan seurata reaaliaikaisesti. Testattavasta tuotteesta riippuen testiryhmä voi olla 10-5000 henkilöä.

Vaihe 1: Testaajahaku & markkinointi

Markkinatesti on edullinen ja tehokas markkinointikanava, joka tavoittaa 5000 liikkujaa ja potentiaalista ostajaa ja saa heidät pysähtymään tuotteesi kohdalle.

Markkinatestissä on **avoin testaajahaku** Testing Labin internet- ja FB-sivuilla. Testaajia voidaan hakea myös niin asiakkaan omilla kuin asiakkaan yhteistyökumppaneidenkin internet- ja FB-sivuilla.

Lisäksi markkinatestissä on **kohdennettu testaajahaku**, jossa testaajahakuviesti lähetetään Testing Labin testaajatietokannan tuhansille liikunnasta ja hyvinvoinnista kiinnostuneille testaajille. Testaajahakuviesti toimii samalla tehokkaana ja kohdennettuna markkinointikanavana.



[Katso tästä markkinatestin testaajahakuviestin esimerkki](#)

Testaajaksi ilmoittautumislomakkeeseen voidaan yhdistää **kuluttajatutkimuksen teko**. Testaajat vastaavat asiakasta kiinnostaviin kysymyksiin ja täten saadaan asiakkaalle tärkeää tietoa omasta tuotteesta, kyseisten tuotteiden markkinatilanteesta yleisesti tai yleisestä kuluttajakäyttäytymisestä. Kuluttajatutkimuksesta saatava tieto toimii samalla testaajia profiloivana tekijänä testaajavalintaa tehtäessä.

Vaihe 2: Tuotetestaus

Tuotetestaus tapahtuu todellisessa käyttöympäristössä. Objekttiivinen käyttäjättestaus selvittää käyttäjien mielipiteet, havainnot, tarpeet ja ideat tuotteeseen liittyen. Testaajien käyttökokemus tuotteen käytettävyydestä, toimivuudesta ja vaikuttavuudesta takaavat tuotteen laadun ja helppokäyttöisyyden.

Testauksessa voidaan keskittyä asiakkaan kannalta tärkeisiin ja kiinnostaviin teemoihin. Laaja testaaminen antaa tuotteelle vahvan uskottavuuden, osoittaa laadukkuutta ja vahvistaa tuotteen brändimielikuvaa.

Luottamusindeksi ja suositteluprosentti

Loppuraportin ja -tulosten lisäksi tuote saa kaksi markkinointia tehostavaa tulosta käyttöönsä. Luottamusindeksi osoittaa liikkujien luottamusta tuotteeseen. Suositteluprosentti kertoo kuinka moni testaaja suosittelisi tuotetta ystävälleen.

© Testing Lab

Vaikuttavuustestaus

Markkinatesti

Tuotekehitystestaus

Käytettävyytestaus

Vertailutesti

Kyselytutkimus

Pikapalaute

Sportiprässi



SUUNNITTELU



JULKAISU