



Рынком руководит потребитель: как покупатели меняют ассортимент в ритейле

«Пятёрочка» открыла новую дегустационную кухню, где покупатели смогут тестировать СТМ-продукцию сети. Разбираемся, как проводится дегустация и как продуктам дают объективную оценку

Если раньше негласным лозунгом в розничной торговле был «производитель знает, как лучше», то сейчас в центре внимания – интересы покупателей. Поэтому при оценке новинок, которые поступят на полку, а также для проверки качества уже выставленных образцов некоторые ритейлеры стали привлекать не только внутренних экспертов, но и своих покупателей. Один из способов дать клиентам возможность влиять на ассортимент товаров – организация дегустаций.

К такому методу прибегла и торговая сеть «Пятёрочка». Сейчас сеть запустила рекламу в магазинах, а в дальнейшем планирует адресно приглашать потребителей на дегустации любимых товаров. Например, тот, кто чаще всего приобретает пирожные, может получить приглашение на их тестирование.

Это второй подобный проект ритейлера. Первая дегустационная кухня сети «Пятёрочка» была открыта еще в 2020 году, но в ней работали только эксперты и сотрудники сети – покупателей на дегустации еще не звали. За почти четыре года было протестировано более 20 тыс. продуктов, чтобы на полки попали наиболее качественные готовые блюда, мясные и молочные продукты, консервы, бакалея и другие товары собственных торговых марок (СТМ).

Обновленная дегустационная кухня – «Студия вкуса» – начала работать в конце февраля 2024 года. Теперь в дегустациях смогут одновременно участвовать 15 экспертов – в 2,5 раза больше, чем раньше. По словам представителей сети, это поможет увеличить количество тестирований и повысить точность оценок.

Для выбора изготовителей продукции собственных торговых марок в «Пятёрочке» есть внутренняя экспертная панель, которая проводит профессиональную дегустацию. «Если, например, продукт оказывается слишком сухим или соленым, мы отправляем его на доработку производителю и затем снова проводим дегустацию. Этот цикл может повторяться, потому что мы постоянно работаем над улучшением качества продукции СТМ в соответствии с пожеланиями покупателей. Мы также реагируем на изменения в рейтингах продукции в нашем мобильном приложении, где каждый покупатель может оставить свой отзыв», – поделилась Елена Генералова, руководитель отдела контроля качества собственных торговых марок торговой сети «Пятёрочка».

Сенсорика в ритейле

Исторически сенсорная оценка – дитя промышленности, она возникла в США в конце 1940-х в связи с быстрым ростом компаний, производящих потребительские товары, в основном продукты питания. Она же лежит в основе любой дегустации, поскольку финальное решение по продукту зависит от чувств и их интерпретаций: вкуса, обоняния, зрения, а иногда и осязания, и слуха.

Сенсорике можно учиться. Дегустаторы постоянно повышают навыки распознавания ароматов, вкусов и текстур. Например, внутренние дегустаторы X5 Group два месяца обучаются на базе ФГБОУ ВО «Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ)». Таким образом, процесс дегустации в торговой сети приобретает более научный подход.

Существуют различные методики для проведения организованных дегустаций с использованием специальных форм и шкал оценок. Например, один из способов – создание сенсорного профиля продукта. Он удобен тем, что дает возможность сравнивать качество нескольких образцов по одним и тем же характеристикам, обеспечивая точность для всего процесса проведения сенсорного исследования.

Как проводятся дегустации



Чтобы правильно оценить продукт, нужно убрать все отвлекающие факторы. Помещение для дегустации должно быть чистым, просторным, свободным от посторонних запахов, с достаточным обменом воздуха, с определенной температурой, защищенным от прямых солнечных лучей и посторонних звуков. А чтобы не допустить изменения текстуры и структуры некоторых продуктов, при дегустации крайне важно соблюдать определенную влажность в комнате. Самый простой пример – вафельный торт с шоколадной глазурью: если температура и влажность в дегустационной кухне будут выше нормы, торт будет совсем другим на вкус.

Оценка продукта проводится по естественной последовательности органолептического восприятия. Сначала активируется обоняние. Ароматика продукта улетучивается самой первой, поэтому она и анализируется в начале. Затем следует обратить внимание на внешний вид продукта, оценить цвет, равномерность покрытия и другие детали. Осязание и тактильные ощущения также помогают определить структуру и консистенцию.

В последнюю очередь включается вкусовое восприятие. Рецепторы на языке и в полости рта реагируют на вкусы: сладкий, кислый, горький, соленый, умами и новый вкус, который совсем недавно был открыт учеными – хлорид аммония. Когда происходит дегустация еды или напитка, вкусовые рецепторы отправляют в мозг сигналы, которые помогают определить качества продукта. Интересно, что при первом контакте с продуктом человек чувствует не вкус, а flavour – триаду ощущений, включающую механические характеристики, например хруст, запах и вкус.

Как устроена дегустационная кухня

В «Студии вкуса» дегустации проводятся по методу слепого тестирования. Члены дегустационной комиссии в составе до 15 человек независимо друг от друга заполняют анкеты, в которых оценивают не только внешний вид, запах и вкус образцов, но и консистенцию, цвет, интенсивность, плотность, прозрачность, насыщенность, форму. В разработке дегустационных анкет участвуют независимые эксперты в пищевых технологиях, поэтому также учитываются специфика продукта, способ его приготовления и употребления.

Покупатели-дегустаторы заполняют анкеты онлайн, а результаты обрабатываются автоматически, что ускоряет процесс тестирования образцов. «Пятёрочка» планирует проводить в новой кухне до 2,5 тыс. дегустаций в год, что на 20% больше, чем в 2023 году.

Каждая зона кухни оснащена в соответствии с самыми строгими требованиями и международными стандартами, которые базируются на принципах ХАССП, регламентирующих безопасность производства пищевой продукции. Также установлено профессиональное оборудование для любых видов термической обработки: пароконвектомат – для выпекания, тушения и запекания; индукционная плита – для обжаривания и варки; фритюрница, микроволновая печь и макаронovarка – для одновременного приготовления нескольких порций макарон,пельменей, вареников и других блюд. А с помощью кофейного аппарата и кофемолки тестируют как зерновой, так и молотый кофе с отдельной подачей образцов.

Торговая сеть планирует и далее масштабировать проект, привлекая для слепых дегустаций покупателей «Пятёрочки» из других регионов России.

Источник: [РБК](#)

[Ссылка на публикацию](#)