

Komunikat prasowy

Współpraca GfK i Selectivv.

Cel: nowe pole badań konsumentów na podstawie danych ze smartfonów

4 grudnia 2017 r.

Przemysław Dwojak

Director
Customer Analytics
& Sales Strategies
T +48 22 43 41 611
M +48 502 196 091
przemyslaw.dwojak@gfk.com

Maciej Siejewicz

Manager
Marketing & Communications
T +48 22 43 41 239
M +48 500 100 500
maciej.siejewicz@gfk.com

Warszawa, 4 grudnia 2017 r. – Instytut badawczy GfK podpisał umowę o współpracy z Selectivv Mobile House. Porozumienie otwiera drogę do tworzenia nowych produktów badawczych, łączących wybrane metodologie i doświadczenie GfK z zasobami informacyjnymi firmy Selectivv.

Jednymi z licznych rozwiązań badawczych oferowanych przez GfK są usługi konsultingowe oparte o integrację różnorodnych danych, ich analizę, prowadzące do rekomendacji. Stosowane metody to geolokalizacja grup docelowych, ocena potencjału placówek handlowych, optymalizacja sieci sprzedaży, analiza i ocena cen i dystrybucji.

Selectivv wyświetla reklamy i bada zachowanie 15 mln polskich właścicieli smartfonów. O jednym użytkowniku posiada średnio 362 informacje. Analiza zgromadzonych danych pozwala przydzielać użytkowników do zróżnicowanych profili psychograficznych. Obecnie Selectivv wyróżnia 60 takich profili, m.in. kobiety w ciąży, klienci dyskontów czy użytkownicy bankowości mobilnej.

GfK dzięki analizie big data uzupełni wiedzę o klientach o parametry behawioralne: miejsce, z którego pochodzą klienci, odwiedzaną konkurencję, informacje o korzystaniu z komunikacji miejskiej, wykorzystywanych aplikacjach mobilnych.

Przemysław Dwojak, dyrektor działu *Customer Analytics & Sales Strategies* w GfK Polonia, mówi: „Z perspektywy badawczej, dane o których mówimy uzupełniają nasze dane wyjaśniające zachowania konsumentów. Dają możliwość wnioskowania opartego o duże zbiory danych o tym jak poszczególne typy klientów działają i dlaczego. W połączeniu z kontekstem rynkowym pozwalają na np. lepsze segmentacje, a w konsekwencji na jeszcze bardziej personalizowaną komunikację marketingową, a trend personalizacji patrząc na wielokanałowość handlu i jego rozwój jest jednym z kluczowych.”

„Dzięki współpracy naszych firm tworzymy nową jakość na rynku badań.

GfK Polonia Sp. z o.o.
ul. Ludna 2
Warszawa, 00-406
Polska

T: +48 22 43 41 000
F: +48 22 43 41 010

Zarząd:
Agnieszka Sora
Marek Markiewicz

Sąd Rejonowy
dla M. St. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy
Krajowego Rejestru Sądowego
KRS 0000163116
NIP: 527-020-35-72
Kapitał zakładowy:
1 500 000 PLN

Łączymy świat badań tradycyjnych z możliwościami jakie daje badanie zachowań Klientów 24 h na dobę za pomocą smartfonów. Dzięki temu badania z dotychczasowej fazy deklaratywnej przechodzą na fazę realnych zachowań badanych populacji. Połączenie szczegółowych badań na grupach docelowych przeprowadzanych przez GfK z informacjami zebranymi z większości populacji pozwoli na uszczegółowienie oraz rozszerzenie wiedzy o zachowaniach konsumentów. Jest to jeden z pierwszych tego typu projekt w Europie, który łączy nasze dwa światy.” – powiedział Aleksander Luchowski, Prezes Zarządu Selectivv Mobile House

Smartfony to najbardziej osobiste przedmioty współczesnych konsumentów. Służą rozrywce, wyszukiwaniu informacji oraz zakupom. Konsumentci godzą się na anonimowe udostępnianie wybranych danych na swój temat w zamian za bezpłatne korzystanie z aplikacji. Zbierane dane to np. lokalizacja, wiek, płeć, aktualnie używana aplikacja lub strona WWW. Sam fakt zainstalowania określonej aplikacji mówi wiele o osobie, chociażby to, że uprawia sport (aplikacja Endomondo), monitoruje przebieg ciąży (Moja ciąża) lub jest osobą homoseksualną (Grindr). Co ważne nie są to dane deklaratywne, zebrane w ankiecie, ale pokazujące rzeczywiste zachowania użytkowników smartfonów.

– KONIEC –

O GfK

GfK stosuje naukowe podejście w analizie danych. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom badawczym dostarczamy informacje o konsumentach, rynkach, markach i mediach. Zarówno tych dzisiejszych, jak i przyszłych. Dla naszych klientów jesteśmy sprawdzonym partnerem badawczym i analitycznym. „Growth from Knowledge”.

Dowiedz się o nas więcej odwiedzając stronę www.gfk.com lub obserwując konto: <https://twitter.com/GfK>

Dział *Customer Analytics & Sales Strategies* w GfK:

- Odpowiada na pytania związane z potencjałem lokalizacji konsumenta oraz punktów dystrybucji
- Obiektywnie ocenia potencjał działań związanych z zarządzaniem sprzedażą i marketingiem
- Prognozuje spodziewane wyniki działań sprzedażowych, promocyjnych oraz ekspansyjnych
- Opisuje i wyjaśnia czynniki wpływające na sukces działań sprzedażowych

O Selectivv Mobile House

Selectivv to polska firma specjalizująca się w planowaniu i realizacji kampanii reklamowych na mobile oraz badaniach użytkowników

smartfonów. Reklamy Selectivv wyświetlają się w ponad 200 tys. aplikacji oraz na 15 milionach stron WWW. Przeprowadzona przez Selectivv analiza big data zaowocowała powstaniem największego w Europie Centralnej i Wschodniej zbioru danych o użytkownikach mobile. Selectivv posiada biura w Polsce, Izraelu, Ukrainie, Rumunii i na Węgrzech. Koncentracja na mobile oraz lokalna obsługa w każdym kraju to cechy odróżniające Selectivv od konkurencyjnych firm z USA.