

## Пресс-релиз

27 сентября 2018

Наталья Игнатьева  
[Natalia.ignatjeva@gfk.com](mailto:Natalia.ignatjeva@gfk.com)  
Т + 7 495 937 7222 (# 1183)  
М +7 926 762 7336

### **GfK Consumer Insights Engine: аналитика потребительского поведения по модели on-demand теперь и в России**

**Нюрнберг - Москва, 27 сентября 2018 – GfK в России выпустила на рынок Consumer Journey (Путь к покупке) - первый модуль аналитического решения GfK Consumer Insights Engine, который дает прямой доступ к аналитике о том, как онлайн и офлайн поведение покупателей и их путь к покупке влияют на продажи брендов на рынке бытовой техники и электроники. Кроме России GfK Consumer Insights Engine заработал в 10 странах мира.**

«До сих пор GfK была известна игрокам рынка бытовой техники и электроники как поставщик данных розничных продаж. Наши ежемесячные и понедельные отчеты, которые ритейлеры и производители получали по подписке в режиме on-demand, использовались ими, чтобы находить ответы на вопросы, что продается, по какой цене и где. С выходом в России GfK Consumer Insights Engine по подписке стали доступны и данные потребительского и покупательского поведения – которые дают ответ на вопросы о том, кто покупает, как и почему», - рассказывает о новой разработке GfK Елена Морковина, глава направления Consumer Insights.

GfK Consumer Insights Engine - это первое подобное решение для производителей и ритейлеров в сфере технологий и товаров длительного пользования, которое комбинирует данные о продажах товаров (point of sales data\*) с данными исследований покупательского поведения, данными онлайн поведения, данными отзывов и рекомендаций, проанализированных с помощью технологий искусственного интеллекта.

Благодаря уникальному пользовательскому интерфейсу, GfK Consumer Insights Engine дает прямой доступ в режиме on-demand не

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Т +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Bobby Rajan (CFO)  
Christian Bigatà Joseph

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

просто к отдельным данным, а сразу к готовым инсайтам о потребителях, что помогает быстрее принимать обоснованные бизнес решения.

Преимуществами решения является прозрачность пути потребителей к покупке в условиях мультиканального поведения – поиск наиболее значимых точек контакта с потребителем упрощается, также, как и выбор наиболее эффективных способов и каналов продвижения. А анализ упущенных покупателей помогает своевременно получать ответы на вопросы, где проблемные зоны, как их корректировать и находить новые точки роста.

Новая аналитическая система GfK обеспечивает поддержку принятия решений в таких подразделениях, как разработка продуктов, управления категориями, маркетинг, продажи. Эти бизнес-подразделения компаний производителей и ритейлеров испытывают огромный пресинг из-за стагнации спроса, коротких жизненных циклов моделей, растущей значимости диджитал каналов, роста конкуренции и давления промо. Текущие задачи подчас не оставляют возможности маркетологам и тем, кто отвечает за продажи, достаточно времени на то, чтобы хорошо проработать данные заказных исследований и найти ответы на ключевые вопросы бизнеса. Пользователи GfK Consumer Insights Engine получают инсайты о потребительском поведении немедленно и могут сразу начать использовать их в работе.

GfK Consumer Insights Engine отвечает на множество вопросов о потребителях, которые интересуют ритейлеров и производителей товаров на рынке бытовой техники и электроники, в том числе такие как:

- Что является триггером для превращения потребности в покупку?
- Какие каналы используют покупатели, когда ищут товары?
- Какие характеристики наиболее важны потребителям при принятии решения о покупке?
- И что покупатели думают и говорят о товаре?

Решение доступно уже в нескольких странах, включая Германию, Францию, Италию, Испанию, Нидерланды, Великобританию, Россию, Индию, Китай, Японию, Южную Корею, Бразилию и США. На данном этапе в системе доступны потребительские данные для таких категорий, как ИТ-товары, принтеры, крупная и малая бытовая техника, игровые устройства (Gaming), потребительская электроника.

**Note:** \* данные мониторинга розничных продаж GfK используются во всех этих странах, кроме США, где используется иная модель калибровки.

## О GfK

GfK соединяет данные и научные методы исследований. Наши инновационные решения и



методики дают ответы на ключевые вопросы бизнеса о потребителях, рынках, брендах и медиа – сегодня и в будущем. Как партнер в исследованиях и аналитике, GfK обеспечивает своих клиентов знаниями для роста. Это то, что мы называем “Growth from Knowledge”.

Чтобы узнать больше о нас, посетите наш сайт [www.gfk.com](http://www.gfk.com) или [www.gfk.com/ru](http://www.gfk.com/ru) или следите за нашими новостями в Twitter: [https://twitter.com/GfK\\_Rus](https://twitter.com/GfK_Rus).