

## Пресс-релиз

30 ноября, 2018

Наталья Игнатьева  
Т +7 495 937 7222  
[Natalia.Ignatyeva@gfk.com](mailto:Natalia.Ignatyeva@gfk.com)

Александр Федотов  
Т +7 495 937 7222  
[Aleksandr.Fedotov@gfk.com](mailto:Aleksandr.Fedotov@gfk.com)

### **Технологическое партнерство в сфере решений для компьютерного зрения для ритейла**

#### **Совместное решение GfK-Trax для оценки эффективности выкладки и исследования торгового пространства**

**Нюрнберг, 30 ноября 2018 – глобальный институт маркетинговых исследований GfK и лидирующий провайдер решений для компьютерного зрения в ритейле Trax будут совместно работать над предоставлением digital-инсайтов для технологических брендов и индустрии товаров длительного пользования.**

GfK и Trax представят совместное синдикативное предложение **In-store Intelligence**, которое поможет специалистам по продажам и торговому маркетингу в решении задач планирования маркетингового бюджета, оценки эффективности кампаний, позиционирования продукта и ценообразования. Для индустрии технологий и товаров длительного пользования впервые появится возможность всеобъемлющего понимания ситуации внутри магазина.

Проект GfK и Trax включает собственные данные GfK из торговых точек и каталогизированную информацию, а также собственные технологии распознавания изображений Trax, платформу бизнес-аналитики и платформу компьютерного зрения.

Уже с 29 ноября решение доступно в нескольких странах Европы, а также в Бразилии. Список стран, где появится решение GfK-Trax увеличится в ближайшем будущем, запуск в России планируется в 2019 году.

“Благодаря альянсу с компанией Trax мы сделали важный шаг в выполнении миссии GfK – быть надежным источником данных и аналитики для наших партнеров в индустрии технологий и товаров длительного пользования”, - прокомментировал Грегуар Леметр

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

Т +49 911 395 0

Management Board:  
Peter Feld (CEO)  
Bobby Rajan (CFO)

Supervisory Board Chairman:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register:  
Nuremberg HRB 25014

(Grégoire Lemaître), вице-президент Sales Effectiveness в GfK. “Партнерство позволит нам использовать сильные стороны обеих компаний: для GfK это данные ритейлеров и глубокая экспертиза на рынке технологических товаров и товаров длительного пользования, а также собственные аналитические решения. Traq предоставит самую современную технологию распознавания изображений, мощную платформу для бизнес-аналитики и визуализации и богатый опыт экспертизы магазинного пространства. Наши преимущества дополняют друг друга”.

“Наша главная цель – дать ведущим потребительским брендам возможность посмотреть на пространство магазина изнутри, работая совместно с GfK, как надежным источником данных о рынке и потребителях в индустриях технологической продукции и товаров длительного пользования”, - отметил Джоэл Бар-Эль (Joel Bar-El), председатель и сооснователь Traq. “GfK обладает крупнейшим массивом данных по продажам товаров длительного пользования в индустрии. Объединив данные GfK о розничных продажах и платформу компьютерного зрения Traq мы обеспечим участников рынка товаров длительного пользования пониманием того, как размещение на полках и в магазинах напрямую влияет на продажи конкретных товаров и брендов”.

## **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)