

Пресс-релиз

22 января, 2019

Наталья Игнатьева
Т +7 495 937 7222
Natalia.Ignatyeva@gfk.com

Александр Федотов
Т +7 495 937 7222
Aleksandr.Fedotov@gfk.com

GfK будет помогать клиентам управлять промо

Нюрнберг - Москва, 22 января 2019 – Исследовательская компания GfK и немецкая технологическая компания SO1 подписали глобальное партнерское соглашение, которое открывает клиентам GfK, в том числе и в России, доступ к уникальным возможностям AI платформы для персонализации промопредложений.

Компания GfK давно известна как надежный поставщик данных и аналитики для FMCG-ритейлеров, а немецкая платформа SO1 предоставляет впечатляющие возможности своим пользователям в области таргетинга промо. Главное преимущество, которое получают ритейлеры-клиенты от технологического партнерства GfK и SO1 - использование инсайтов, собранных на базе потребительской панели GfK, для прямого влияния на принятие покупателями решений о покупке с помощью персонализации промопредложений. И вот как будет работать совместное решение партнеров.

SO1 предлагает различные интегрированные решения для бизнеса:

1. Система для персонализированных предложений для покупателей на основе искусственного интеллекта: мультимедийная, основанная на истории каждого отдельного покупателя.
2. Оптимизация промо предложений с точки зрения управления прибылью конкретного продукта и категории в целом.
3. Программатик-решение для производителей, которое позволяет бренд-менеджеру запускать и управлять кампаниями в ритейле.

О технологическом партнерстве GfK и SO1

Надстройка «ATTRIBUTION +» обогащает данные карт лояльности ритейлера инсайтами потребительской панели GfK по рынку в целом, что позволяет повысить точность предложений и рекомендаций

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

платформы SO1.

Рекомендации платформы SO1 основываются на результатах работы искусственного интеллекта, который обучается на исторических транзакциях сети, а также на постоянно обновляемых покупках, в режиме реального времени и с использованием метаданных клиентов. Система:

- учитывает локальные специфики покупательского поведения,
- различает субституты и комплементарные покупки,
- учитывает ценовую эластичность покупателя и склонность к определенным характеристикам товара
- позволяет настроить рекомендации по персонализированным промо-акциям в зависимости от бизнес-задач сети: оборот или прибыльность.

Раймунд Бау (Raimund Bau), CEO SO1, комментирует: «GfK будет помогать своим клиентам управлять промо и мы очень гордимся, что были выбраны в качестве технологического партнера. Помимо наших уже существующих решений для оптимизации и настройки промо-предложений, платформа SO1 будет способна переносить данные панели домашних хозяйств непосредственно в CRM с привязкой к покупателю. Таким образом, ритейлер сможет заметить, что конкретный покупатель заходит за покупками в магазин конкурента и вовремя старгетировать рекламу, чтобы вернуть его. При анализе к данным покупательской корзины будут добавлены данные панели домохозяйств GfK, что обеспечит целостное понимание покупателей и позволит точнее настраивать кампании».

«Партнерство с SO1 в области таргетинга промо — это еще одно из направлений GfK по развитию платформ и внешних проектов по интеграции данных, в том числе систем аналитики карт лояльности», - рассказывает генеральный директор GfK Rus Сергей Яшко.

В 2018 году GfK расширила портфель аналитических решений для FMCG индустрии и ритейла и включила в него платформу для аналитики данных программ лояльности Analyzelt. С помощью этой платформы выполняется анализ данных карт лояльности ритейлеров, и эти данные обогащаются данными GfK и данными из других источников.

В качестве эксклюзивного международного партнера GfK в области персонализации промопредложений, SO1 с помощью технологий AI дополнит портфолио решений GfK для аналитики карт лояльности.

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 или www.gfk.com/ru или следите за нашими новостями в Twitter: https://twitter.com/GfK_Rus