



Ipsos zkoumá chování zákazníků s pomocí nástrojů IBM pro chytřejší prodej

Společnost zaměřená na výzkum trhu zjišťuje s podporou chytrých analytických nástrojů, co a proč zákazníci nakupují

Praha, 18. září 2013 – [Ipsos](#), globální společnost zaměřená na výzkum trhu, spojila síly s IBM a jejím business partnerem [GLOBTECH spol. s r.o.](#) Společně vyvinuly projekt, který propojí odborné znalosti IPSOSu o výzkumu trhu s technologiemi [RFID](#), řešeními [IBM Information Management](#) a softwarem [IBM Business Analytics](#). Díky tomu bude možné monitorovat, sledovat a analyzovat aktivitu nakupujících téměř v reálném čase.

V oblasti výzkumu trhu nabízí Ipsos služby jako monitorování nakupujících v prodejnách, na základě nichž získává hlubší porozumění jejich chování. Nové řešení k výzkumu nakupujících vyvinuté v České republice je efektivní z hlediska nákladů i času. Využívá technologii umístěnou na strategických bodech v nákupních místech, která pomáhá monitorovat více nakupujících současně, aniž by je obtěžovala.

„Díky řešení IBM dokázal Ipsos automatizovat procesy výzkumu nakupujících a zvýšil rychlost měření i analýzy dat téměř na reálný čas. Úsilí pracovníků při těchto projektech se snížilo ve srovnání s předchozím manuálním řešením o 90 %. To umožňuje zdesetinásobit počet měření prováděných v témže časovém rámci, což významně zvyšuje statistickou hodnotu a omezuje náklady,“ uvedl Martin Boček, New Business Development, Ipsos Company.

Ipsos si zvolil řešení IBM pro chytřejší prodej, které využívá technologii [RFID](#) (identifikace na rádiové frekvenci) DataQuality, [IBM SPSS Modeler](#) a [IBM Cognos BI](#). Získá tak data založená na segmentaci cílové skupiny, automatizovaná měření s vyšší přesností a výstupy téměř v reálném čase, které lze navíc integrovat s daty z jiných systémů.

„Hlavním záměrem při vyvíjení tohoto řešení bylo vytvořit nové možnosti pro marketingový výzkum, které by byly snadno definované, spolehlivé a uživatelsky přívětivé,“ uvedl Ondřej Bothe, Software IT Specialist, IBM Česká republika. *„Projekt je výbornou ilustrací naší iniciativy pro chytřejší prodej, která zdůrazňuje roli zákazníků, jejich specifických potřeb a preferencí a také upozorňuje, jak podnikům prospívá, když se této oblasti naučí lépe rozumět a předvídat trendy.“*

V porovnání s tradičními metodami testování jsou nyní všechna získaná data jasně identifikována a sledována, což umožňuje velmi podrobný náhled na to, jak lidé reagují na marketing a reklamu, umístění nových produktů, balení produktů, ceny nebo změny jejich umístění. Výsledky jsou analyzovány a tříděny podle věku, pohlaví a dalších demografických proměnných a pomáhají odborníkům monitorovat a sledovat chování cílové skupiny téměř v reálném čase. Tato data lze využít k budování prediktivních modelů, jež pomáhají určit reakce zákazníků na specifická sdělení nebo na jakoukoliv konkrétní změnu v prodejně.

O společnosti Ipsos:

[Ipsos](#) je globální společnost zaměřená na výzkum trhu, která byla založena v roce 1975 v Paříži. Provádí výzkumy v pěti oblastech: reklama, trhy a značky, kvalita a CRM, média, veřejné mínění a sociální informace. Věnuje se také vedení výběrových šetření, sběru dat

a dodávání dat. Ipsos zaměstnává více než 16 500 lidí v 84 zemích včetně České republiky. V roce 2011 dosáhly příjmy společnosti 1,36 miliardy eur.

###

Pro další informace kontaktujte:

IBM Česká republika

Martina Brehmerová

External Relations

Tel.: 734 420 316

E-mail: martina_brehmerova@cz.ibm.com



Grayling Czech Republic

Štěpán Kačena

Senior PR Consultant

Tel.: 774 226 127

E-mail: stepan.kacena@grayling.com