



Tlačová správa

Dátum
13. októbra 2011

Mgr. Daniela Beráková
Marketing Communication
Manager
Tel: +421 2 5737 1266
Fax: +421 2 5249 9613
Mobile: +421 902 920 948
Email:
daniela.berakova@gfk.com
<http://www.gfk.sk>

Ing. Ladislav Csengeri
Head of Consumer Tracking
Tel: +421 2 5737 1224
Email:
ladislav.csengeri@gfk.com

GfK Slovakia, s.r.o.
Einsteinova 24/Aupark Tower
851 01 Bratislava

Tel. 02/ 573 71 101
Fax 02/ 524 99 613
www.gfk.sk
info.slovakia@gfk.com

Vedenie spoločnosti:
Ing. Martin Mravec, Ph.D.
Helena Hačková

Spoločnosť je členom:
ESOMAR, SAVI,
GfK Worldwide, Europanel,

Spoločnosť je zapísaná
v Obchodnom registri
Okresného súdu Bratislava I.
Vložka číslo: 366/B

GfK Slovakia zavádza zásadnú inováciu v monitoringu FMCG produktov vrátane čerstvých potravín

Bratislava, 13. októbra 2011 – GfK Slovakia zásadne inovuje svoj spotrebiteľský panel domácností. Na oddelení Consumer Tracking zavádzame novú metódu *In Home Scanning*, ktorá zbiera dáta o nákupoch domácností pomocou skenerov čiarových kódov a naplno sa rozbehne v januári 2012. Tieto skenery budú umiestnené do 1500 slovenských a 2000 českých domácností zoskupených v paneli GfK a vystriedajú tak doterajší zber dát, ktorý prebiehal vypisovaním nákupných denníkov. Táto investícia prinesie na naše trhy nielen najmodernejšiu technológiu, ale predovšetkým mnohé výhody. Medzi hlavné očakávané benefity patrí širšie portfólio monitorovaných FMCG kategórií vrátane trhu čerstvých potravín, lepšie pokrytie a rýchlejší zber dát spolu s najvyššou kvalitou.

Skupina GfK neustále podporuje inovácie pri svojich produktoch a riešeniach. Na Slovensku je GfK Slovakia prvou voľbou v business prostredí, čo sa týka prieskumných agentúr. Podľa posledného hodnotenia firiem je najspoľahlivejšou agentúrou, ktorá poskytuje najkvalitnejšie služby a najlepšie expertné znalosti.*

Oddelenie Consumer Tracking GfK je zdrojom informácií o spotrebe v oblasti FMCG. Prepája dáta o rýchloobrátkovom tovare s údajmi o domácnostiach, ktoré ho nakupujú. Sleduje aj vývoj nákupov v čase, čo umožňuje zaznamenávať trendy a predvídať budúci vývoj. GfK Consumer Tracking sa po zavedení novej technológie zberu stane jediným panelom, ktorý bude monitorovať celý nákupný košík rýchloobrátkového tovaru v domácnostiach vrátane čerstvých kategórií.

"Prechodu na In Home Scanning predchádzali takmer dva roky príprav, veľký dôraz kladieme hlavne na testovanie a prípravy na validáciu dát. Veľá úsilia venujeme podpore a motivácii jednotlivých domácností, ktoré sú do panelu zapojené," hovorí Ladislav Csengeri, Head of GfK Consumer Tracking na Slovensku. *"Táto metóda nám poskytne širší záber, teda prakticky*

* Zdroj: nezávislý prieskum spoločnosti Sitcon, s.r.o., 2011 na vzorke 150 decision makerov v TOP spoločnostiach na Slovensku

neobmedzený počet kategórií, ktoré môžeme sledovať. Ziskáme tak omnoho detailnejší pohľad na celkovú spotrebu aj vrátane čerstvých potravín," dodáva Csengeri.

Metódou In Home Scanning sa dáta zbierajú v paneloch domácností v Belgicku, Dánsku, Taliansku, Maďarsku, Nemecku, Holandsku, Nórsku, Poľsku, Rakúsku, Rusku a Švédsku. Od 1.1.2012 prechádza na túto metódu aj Slovensko a Česká republika.

Panel domácností bude vybavený GPRS skenermi s displejom a klávesnicou, prenos dát bude prebiehať prostredníctvom mobilnej siete. Tieto zariadenia umožnia domácnostiam naskenovať čiarový kód a na klávesnici zadať informácie o cene, detailoch výrobku, či bol zakúpený v akcii, atď.



GfK Consumer Tracking – základné údaje

Panel domácností GfK je jedným z hlavných zdrojov informácií o nákupnom správaní spotrebiteľov, ako pre výrobcov, tak pre obchodníkov. Na základe prepájania dát o nakupujúcich domácnostiach a konkrétnych nákupoch rýchloobrátkového tovaru umožňuje presne analyzovať nákupné správanie a jeho vývoj.

V paneli je zaradených 1500 slovenských domácností vybraných podľa geografických a sociodemografických kritérií tak, aby reprezentovali celú populáciu 1,9 miliónov slovenských domácností.

Každá domácnosť zaradená v paneli vedie nákupný denník, do ktorého sú dáta kontinuálne zbierané a vyhodnocované. Do nákupného denníka sa zaznamenávajú všetky nákupy FMCG všetkých členov domácnosti. Vďaka tomu panel domácností pokrýva všetky predajné kanály bez nutnosti spolupráce s nimi, a to vrátane diskontov, špecializovaných predajní, internetového, či podomového predaja a podobne.

Od januára 2012 budú domácnosti zaradené do panelu svoje nákupy zaznamenávať pomocou skenerov čiarových kódov s GPRS pripojením, ktoré zaisťujú bezprostredný prenos dát na servery GfK. Ich ďalšia analýza tak



bude môcť začať podstatne skôr, než doposiaľ a umožní tak včas realizovať zásané marketingové rozhodnutia.

V sledovaní spotreby domácností má GfK dlhú tradíciu. Prvý panel domácností vznikol v Nemecku už v roku 1957. Od tej doby prebieha neustále vylepšovanie a rozširovanie. Na Slovensku a v Českej republike boli okrem investícií spojených so zavedením metódy In Home Scanning v posledných niekoľko rokoch venované nemalé prostriedky na rozvoj niekoľkostupňového systému kontroly dát.

Skupina GfK v SR

GfK Slovakia je lídrom v oblasti prieskumu trhu a marketingového poradenstva na Slovensku. Svojim klientom už 20 rokov poskytuje prvotriedne služby a analýzy s vysokou pridanou hodnotou. Pre viac informácií navštívte www.gfk.sk.

GfK Group

GfK Group poskytuje zásadné informácie, ktoré potrebujú spoločnosti v priemysle, maloobchode, službách a médiách pre uskutočňovanie svojich strategických trhových rozhodnutí. Spoločnosť poskytuje komplexný rozsah informačných a poradenských služieb vo svojich troch obchodných sektoroch: Custom Research, Retail and Technology a Media. Ako 4. najväčšia spoločnosť venujúca sa prieskumu trhu na svete je prítomná vo viac než 100 krajinách a zamestnáva vyše 11.000 pracovníkov. V roku 2010 tržby GfK Group dosiahli 1,29 miliardy EUR. Pre podrobnejšie informácie navštívte našu webovú stránku: www.gfk.com. Sledujte nás na twitteri: www.twitter.com/gfk_group.