

Swiss Insights News



#07

GfK goes digital



GfK goes digital



Verona Klug
Marketing & Sales Support
Manager, GfK Switzerland

GfK lanciert mit gfknewron eine KI-gestützte digitale Plattform für bessere und schnelle Prognosen in dynamischen Märkten

Bisher mussten Unternehmen 80 Prozent ihrer Zeit dafür aufwenden, die Fülle an vorhandenen Marktdaten zu durchsuchen und konnten nur 20 Prozent ihrer Zeit dafür nutzen, auf Grundlage dieser Daten wichtige Entscheidungen zu treffen. gfknewron löst diesen Widerspruch auf. Basierend auf leistungsstarker Künstlicher Intelligenz (KI), die laufend von Experten validiert wird, bietet gfknewron Unternehmen sofortigen Zugriff auf unabhängige prädiktive Analysen für technische Gebrauchsgüter in 27 Ländern. Weitere Märkte folgen kontinuierlich. Kunden nutzen gfknewron, um das «Marktrauschen» zu durchdringen, die entscheidenden Anzeichen für kommende Trends zu erkennen und schnell ergebnisorientiert handeln zu können.

Die neuesten Funktionen in einer kontinuierlichen Reihe von Upgrades helfen Kunden Umsatz und Ertrag zu steuern, z. B. über Preisoptimierung, Anpassung und Optimierung der Marketing- und Vertriebskosten. So lässt sich beispielsweise mit einer der kürzlich eingeführten Funktionen der Preis ermitteln, den Verbraucher für ein Produkt gegenüber einem ähnlichen Produkt zu zahlen bereit wären. Und ein integrierter Simulator testet den optimalen Preis für eine Produktpromotion. Darüber hinaus liefern KI-gestützte rollierende Prognosen wertvolle Informationen, die wichtige Entscheidungen rund um die Bestellung und Zuteilung von Lagerbeständen unterstützen. Ausserdem können die Nutzer jetzt nahtlos zwischen Verkaufsanalysen

(was die Kunden kaufen) und einem neuen Bereich wechseln.

Sandra Wöhlert, CEO & Commercial Director GfK Switzerland, erklärt: «gfknewron ist ein Meilenstein der GfK-Transformation, in der wir uns zu einem Anbieter von jederzeit verfügbaren Facts und KI-gestützter Intelligenz kombiniert mit Beratungsdiensten im Bereich technischer Gebrauchsgüter entwickeln. In den letzten zwei Jahren hat GfK gemeinsam mit internationalen Kunden intensiv daran gearbeitet, ein innovatives und richtungsweisendes Tool zu entwickeln, das zu mehr Wachstum verhelfen soll. Es trifft den Nerv der Zeit, denn es kommt auf den Markt, in dem die weltweite Disruption normale Marktmuster aufgebrochen hat. Aktuell nutzen bereits zahlreiche Kunden gfknewron, um basierend auf Facts und Empfehlungen Prognosen zu erstellen und schnell Entscheidungen für nachhaltiges Geschäftswachstum zu treffen.»

Kriti Sharma, Vice President Product für gfknewron, fügt hinzu: «gfknewron hat sich zum bewährten, KI-gestützten Begleiter für Marken entwickelt und unterstützt sie bei wichtigen Entscheidungen – von der Vorhersage zukünftiger Markttrends bis hin zur Analyse von Konsumentenverhalten und -bedürfnissen. Mit 20.000 Empfehlungen, die jede Woche generiert werden, kann jeder gfknewron-Nutzer vorhersagen, was in Bezug auf Preisstrategien, Wettbewerbslandschaft und

Verbraucher-Touchpoints ansteht – mit einer in unsere KI-Umgebung eingebetteten Erklärung.»

Leistungsstarke Facts und Funktionen

Neben Facts und Entwicklungen z.B. zu Stückzahlen, Umsatz, Preisen, Marktanteilen, Distributionskennziffern usw. bietet gfknewron also auch Globale Summaries für die Kunden an, Markt-, Marken und Konkurrenzanalysen sind jederzeit und per Klick möglich. Besonders spannend sind auch Prognosen via Forecasting oder Simulationen für Preissetzungen und deren Auswirkungen in der Zukunft, um nur zwei Beispiele zu nennen. Was gfknewron noch spezieller macht sind die kundenspezifischen, integrierten Empfehlungen und die kontinuierliche Weiterentwicklung der Lösung. So werden laufend neue Module und Funktionen integriert, in der letzten Woche z. B. spezifische Informationen zum toprelevanten Premium-Markt oder ein neuer Price Promotions Planner.

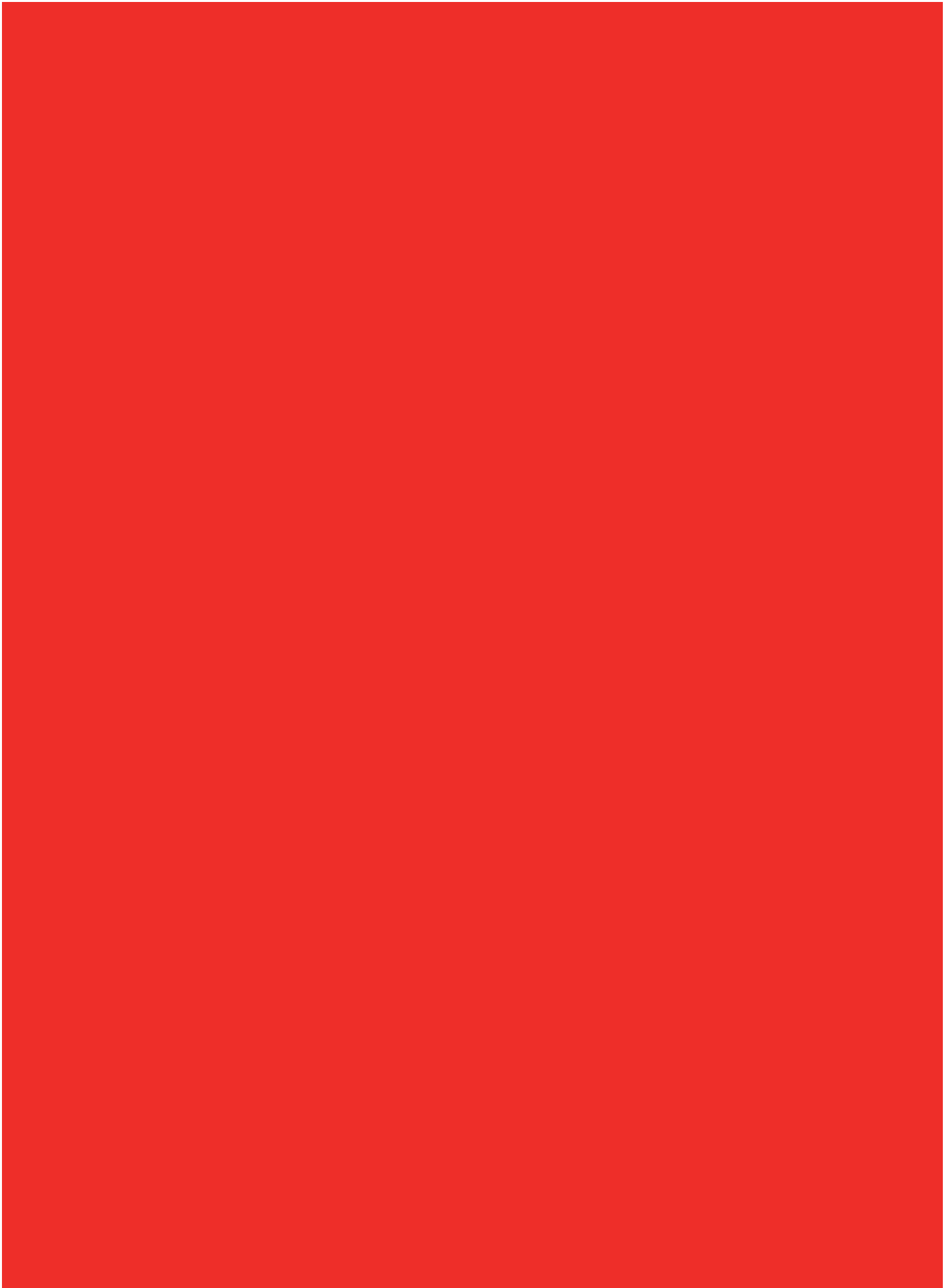


Kontakt für Rückfragen:

Verona Klug, GfK Switzerland
verona.klug@gfk.com, +41 41 632 91 15

Über gfknewron

gfknewron ist eine digitale Lösung, die KI-gestützte Markt-, Marken- und Verbraucherinformationen sowie prädiktive Empfehlungen bereitstellt, mit denen Unternehmen ihren Wettbewerbern einen Schritt voraus sind. Dieses Tool kombiniert alle relevanten Verkaufs- und Verbraucherdaten aus dem globalen Produktportfolio einer Marke in einer benutzerfreundlichen, individuellen, intelligenten Lösung, die es Unternehmen ermöglicht, zu reagieren, zu planen, Vorhersagen zu treffen, sich neu auszurichten und zu gewinnen. Mit gfknewron wissen sie, was als nächstes passiert.



Portrait



GfK Switzerland AG

Suurstoffi 18A, 6343 Rotkreuz
+41 41 632 91 11

GfK Switzerland AG (Kriegstetten)

Unterholzstrasse 10, 4566 Kriegstetten
+41 32 674 43 10

info.ch@gfk.com
www.gfk.ch | www.gfk.com
Twitter: @Detailhandel_CH

Gründungsjahr

1959

Northern and Central, Eastern Europe Regional

General President: Michael Müller

Switzerland

Commercial Director: Sandra Wöhlert

Joint Venture

Media Focus GmbH (gemeinsam mit The Nielsen Company)

Festangestellte

Rund 84 Mitarbeiter/-innen

GfK konzentriert sich auf die Beantwortung relevanter Business-Fragen im Marktkontext

- Beginnend mit dem „WAS“ - GfK ist in der einzigartigen Position, GfK-Handels-Daten (DAS WAS) mit dem „WO“, «WER» und dem «WARUM» zu erfassen, zu analysieren und zu kombinieren.
- GfK zeigt «was» gekauft wurde, «wer» die Käufer waren und «warum» sie den Kauf getätigt haben.

Auf dieser Grundlage schafft GfK unverzichtbare Insights sowie klare Handlungsempfehlungen und verknüpft die Outputs der Methoden.

Market Intelligence

Standardisierte Analysen für Informationen zu Trends, Volumen, Umsatz, Vertriebsweg und Segment in den Märkten unserer Kunden: Produkt- und Preispolitik, Werbung, Distribution, Vertrieb und Logistik.

Marketing & Consumer Intelligence

Marketing Effectiveness

Informationen zum bestmöglichen Einsatz Werbespendings sowie Erhöhung des Return on Investment (ROI) durch das richtige Markenmanagement

Consumer Insights zum besseren Verständnis Ihrer Kunden in der Consumer Journey.

Sales Effectiveness

Geomarketing: Zielgruppenanalyse & Standortplanung, Perfect Store Optimierung, Preis- & Promotion-Optimierung

Medienforschung

Panel (Radioforschungspanel) und Ad-hoc-Research Reichweitenmessungen für Radio, Medienforschung zu Nutzerbedürfnissen, Produktgestaltung und Optimierung, Leistungsmessung von Kampagnen inkl. online und mobile Trackings.

GfK Switzerland verfügt über ein Online-Access-Panel:

- Zertifiziert nach ISO-Norm 26362 (Access Panels in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung)
- 38'000 Panellisten B2C, 19'000 Panelisten B2B
- Vermögenden-Pool (Affluents, HNWI)
- Mobile App
- Zugriff auf das Netzwerk der Online-Access- Panels der GfK-Gruppe und Netquest

Publikationen

- Dokumentation «Detailhandel Schweiz 2021» Facts & Figures über den Schweizer Detailhandel
- Kunden-Newsletter GfK Switzerland
- «Instant Marktwissen»: Grafiken mit aktueller Marktentwicklung (Totalmarktschätzungen) für ausgewählte Branchen
- GfK Markt Monitor
- GfK Business Reflector & Corporate Responsibility.

Events / Veranstaltungen / Podcasts

GfK veranstaltet bedeutende eigene Veranstaltungen wie z.B. die jährliche Award Verleihung des Business Reflectors, zahlreiche Kooperationen bei Branchen-Veranstaltungen sowie diverse GfK Vorträge an wichtigen Fachtagungen.

Am 16. Juni erwartet Sie die Premiere der Dokumentation „Detailhandel Schweiz 2021“. Hier anmelden: [Handelstagung](#).

GfK Handelstagung 2021

Jetzt virtuell am 16. Juni

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge**.

Swiss Insights

Swiss Insights ist der Verband und die Interessensvertretung aller Unternehmen, die Daten und prädiktive Modelle im Rahmen von Marketing, Innovationsprozessen, Kundenservice, Angebotsgestaltung, Kommunikation und Zielgruppendefinitionen erheben, analysieren, einsetzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten.

Swiss Insights pflegt einen aktiven Dialog mit politisch und gesellschaftlich wichtigen Akteuren und fördert den Austausch mit anderen nationalen und internationalen Fachorganisationen.

Eine der Hauptaufgaben des Verbands ist die Förderung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Allgemeinen und der Wissenschaftlichkeit im Besonderen. Er entwickelt, definiert und unterhält strenge Leitlinien zur Qualitätssicherung und grenzt sich im Bereich

der Markt- und Sozialforschung klar von Werbung und Direktmarketing ab. Hierzu führt der Verband das Qualitätslabel «Market & Social Research by Swiss Insights».

Darüber hinaus engagiert sich Swiss Insights dafür, dass die Nutzung von Daten und die Anwendung von datengetriebenen Modellen transparent, nachvollziehbar und in diesem Sinne fair gestaltet wird. Hierfür wurde das Label «Data Fairness by Swiss Insights» geschaffen.



Herausgeber und Kontakt

Swiss Insights, Swiss Data Insights Association, Gruebengasse 10, 6055 Alpnach, Switzerland
+41 44 3501960, info@swiss-insights.ch, www.swiss-insights.ch

Institute Member

amPuls Market Research
www.ampuls.ch

amrein+heller MarktforschungsTreuhand AG
www.ah-feedback.ch

Bilendi Schweiz AG
www.bilendi.com

Boomerang Ideas GmbH
www.boomerangideas.com

Constant Dialog AG
www.constant-dialog.ch

DemoSCOPE Data + Research
www.demoscope.ch

dr-ouwerkerk ag - just medical!
www.just-medical.com

gff Swiss Research Services
www.gff.ag

GfK Switzerland AG
www.gfk.ch

gfs.bern
www.gfsbern.ch

gfs-befragungsdienst
www.gfs-bd.ch

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung
www.gfs-zh.ch

GIM Suisse AG
www.g-i-m.ch

Happy Thinking People AG
www.happythinkingpeople.com

INNOFACT (Schweiz) SA
www.innofact.ch

Insight Institute AG
www.insightinstitute.ch

intervista
www.intervista.ch

IPSOS Suisse SA
www.ipsos.ch

Kantar Media Switzerland AG
www.kantar.com

LINK
www.link.ch

Marketagent.com Schweiz AG
www.marketagent.com

M.I.S. Trend SA
www.mistrend.ch

POLYQUEST AG
www.polyquest.ch

Publicom AG
www.publicom.ch

qualitest ag
www.qualitestag.ch

SensoPLUS® Business
Unit der Service Management Partners AG
www.sensoplus.ch

The Nielsen Company (Switzerland) GmbH
www.nielsen.com/ch

TransferPlus AG Market Research
www.transferplus.ch

Corporate Member

TX Group AG
www.tx.group