

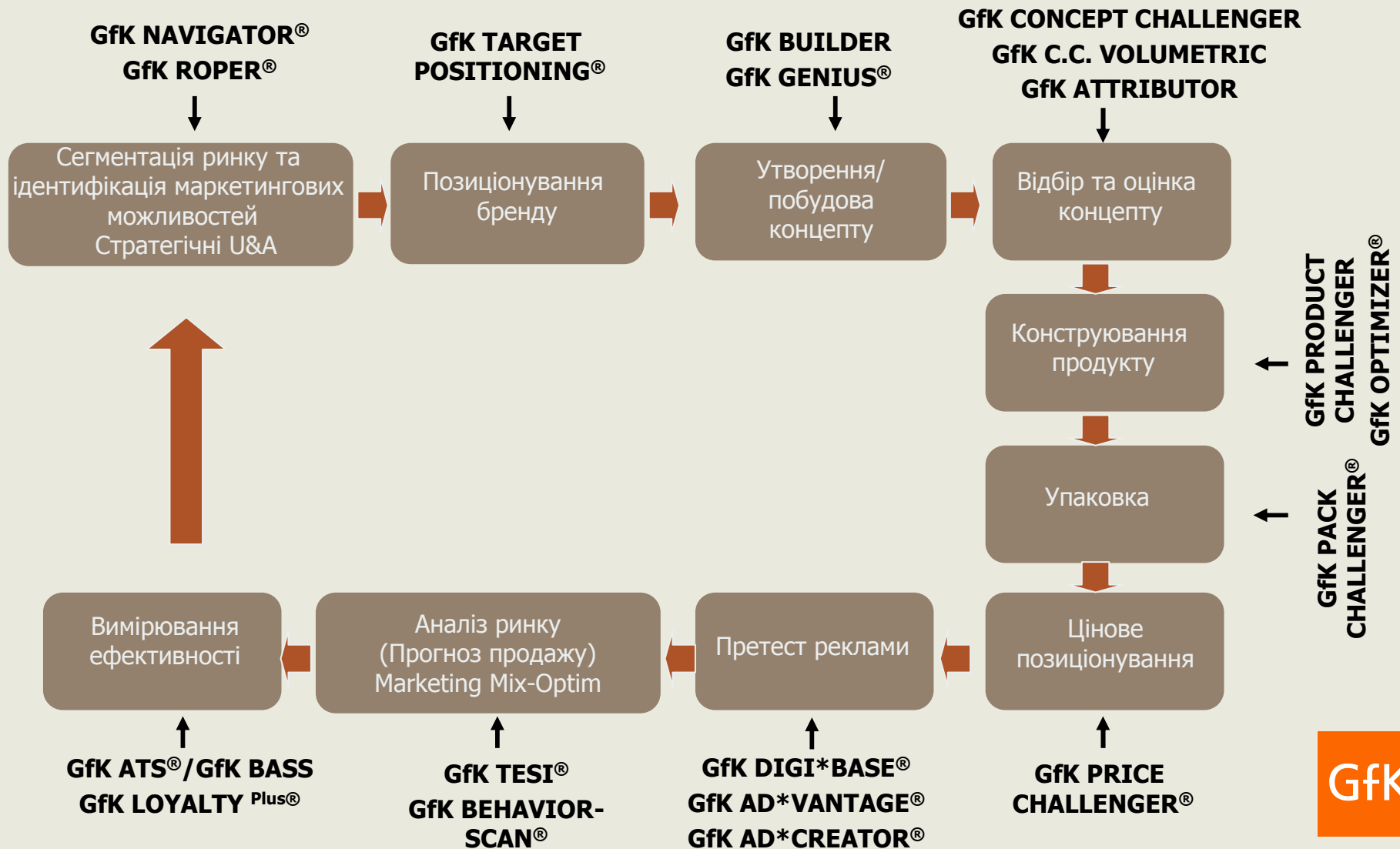
The logo features the text "GfK GENIUS" in a bold, black, sans-serif font. The word "GfK" is smaller and positioned to the left of "GENIUS". A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of "GENIUS". A thick orange circle is superimposed over the text, with its center roughly aligned with the "GfK" and the start of "GENIUS".

GfK GENIUS®

Інструмент якісних досліджень з розробки та
тестування концептів

GfK GENIUS®

2



GfK GENIUS®: Що це? Які переваги для Вас?

3

- Що це?
GfK GENIUS® - це методологія для розвитку та удосконалення концептів, що базується на якісному дослідженні
- **Переваги для вас**
GfK GENIUS® - це подолання обмежень класичного тестування концептів:
 - **Удосконалення матеріалу:** концепти еволюціонують протягом дослідження
 - **Фіналізований результат:** концепти, отримані внаслідок дослідження, готові для кількісного тестування та розробки реклами
 - **Швидкий процес:** глибинний аналіз і надійні відповіді протягом кількох днів
 - **Інтенсивна залученість Вашої команди: GfK GENIUS®** передбачає високий рівень інтеграції і участі в проекті команд: Клієнта, маркетингового агентства, рекламного агентства

The GfK logo, consisting of the letters 'GfK' in white on an orange square background.

GfK GENIUS®:Методологія

4

Інтерактивний метод, що поєднує в собі...

1. Інсайт споживачів – завдяки фокус-групам зі споживачами

2. Креативність - завдяки сесіям брейнстормінгу з командою Клієнта

3. Аналітичну експертизу консультантів-дослідників з маркетингу



GfK GENIUS®: Процес

5

1. Підготовчий етап

- Брифінг команди GfK і команди Клієнта. Детальний брифінг по цілям дослідження, визначення ролі кожної сторони
- Сумісна робоча сесія для вибору 3-4 концептів

2. Дослідницький етап

- Пролонговані фокус-групи зі споживачами – цільовою аудиторією (кожна - 3 години): досвід використання продукту, ставлення, потреби + первинне тестування концептів

3. Етап розвитку

- Перша сесія брейнстормінгу: аналіз оцінки концептів цільовою аудиторією. Здійснюється командою Клієнта і консультантами GfK
- Стандартні фокус-групи з цільовою аудиторією (до двох годин) для тестування та вдосконалення концептів

4. Етап затвердження

- Друга сесія брейнстормінгу: аналіз результатів ФГД і відповідне доопрацювання концептів командою Клієнта і консультантами GfK
- Стандартні фокус-групи (2 години) для фінального тестування концептів

5. Презентація результатів

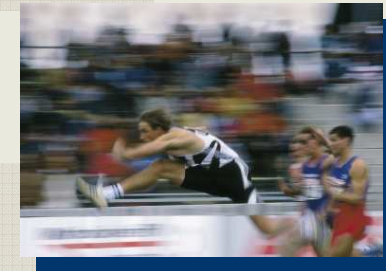


GfK GENIUS®: Правила

6

Стимульні матеріали

- Максимум три-чотири концепти для тестування
- Концепти достатньо відрізняються один від одного



Командна робота

- Одна і та ж команда протягом усього процесу
- Постійна присутність кожного члена команди на всіх етапах



Групи споживачів

- Завжди складаються з цільової аудиторії споживачів продукту
- Одна й та сама цільова аудиторія для всіх етапів проекту



бул. Лесі Українки, 34, оф. 601

01133 Київ, Україна

Телефон: +380 44 230-0260

Факс: +380 44 230-0262

E-mail: info.ukraine@gfk.com

<http://www.gfk.ua>

Дякуємо за увагу