



## 新聞稿

李內賢 小姐  
助理市場經理  
電話：+852 2830 2549  
電郵：[Keres.Lee@ipsos.com](mailto:Keres.Lee@ipsos.com)

### Ipsos MarketQuest (益普索市場和品牌研究) 幫助客戶更深入地瞭解究竟是什麼促使人們選擇一個品牌

新一套 Censydiam (消費者區分質化研究) 解決方案使品牌與更深層次的人類動機聯結起來

紐約 2013-4-26

世界各地的營銷人員都想更深入地瞭解是什麼促使消費者購買他們的品牌，同時，是什麼阻止消費者選擇他們的品牌。他們需要相關並可靠的數據，使自己的品牌對消費者更有意義，並最終令他們的業務有所增長。

為了滿足營銷人員的需求，Ipsos MarketQuest (益普索市場和品牌研究) 建立了新一套的 Censydiam 解決方案來推動品牌成長。

新的 Censydiam 解決方案能幫助營銷人員和品牌經理發掘不同客戶類別的大小與優次，以及跨類別的增長機會。它可以確定品牌選擇的原因，並提供方案來衡量與市場佔有率有高度關係的品牌價值。

“我們新的Censydiam解決方案非常強大並獨特。它將我們專家的理念與智慧成果融合到一套品牌成長解決方案中。”Ipsos MarketQuest (益普索市場和品牌研究) 的全球首席執行官 Douwe Rademaker說，“它的妙處在於以人為本，將人類心理動機作為基礎，並直接與業務指標掛鉤。這套解決方案運用強大的模擬預測與工作坊將獨特見解轉化為行動，並確保有利的商業影響。

相對於其他研究公司提供的市場研究解決方案，新的 Censydiam 有兩點關鍵的優勢：

- 它用以人類個體為中心的研究方法來確定利用哪種人類心理動機來增長品牌佔有率
- 它非常準確地將品牌認知變化與業務成果掛鉤，以預測營銷支出對商業指標的影響

Censydiam 運用經驗證的激勵架構將自身的品牌與更深層次的人類動機聯結起來以確保真正具競爭力的品牌優勢。Censydiam 將人類的購買動機解構為四個層次：功能特徵，社會認同，情感利益和個性。它們一起決定了一個品牌 85-95%的態度資產值。



Censydiam 採用了獨特的分析方法和強大的模擬器，預測品牌可透過哪些方面去提高其市場佔有率。它可以指出適合一個特定品牌的驅動力，並確定品牌進入某市場的進入成本；目前品牌成長的驅動力；以及哪些驅動力可被用來構建品牌創新的發展平臺。

“我們新一代的 Censydiam 解決方案開啟了創造相關和有意義品牌的途徑。它直接將人類需求與心理動機和 brand 發展的驅動力聯繫起來。”益普索營銷副首席執行官 Lauren Demar 補充到，“它現在可以在任何一個有益普索 ( Ipsos ) 分支的國家使用，並由經驗豐富的環球 Censydiam 專家以及專業的客戶服務團隊負責。”

**有關本新聞稿的更多信息，請聯繫：**

李內賢 小姐  
助理市場經理  
電話：+852 2830 2549  
電郵：[Keres.Lee@ipsos.com](mailto:Keres.Lee@ipsos.com)

**關於 Ipsos MarketQuest ( 益普索市場和品牌研究 )**

Ipsos MarketQuest ( 益普索市場和品牌研究 ) 旨在了解消費者，市場和品牌以推動業務增長。我們的專家可以協助客戶辨識商業機會和創新思維，定義其品牌的最佳定位，並幫助其分配行銷資源，發展銷售至勝策略。

易普索是全球唯一一家於此研究領域，擁有強大且有效解決方案的國際研究機構，專精於研究人群和人類心理動機。我們的解決方案是以精簡的架構為基礎，廣泛使用研討會以及模擬研究，且始終將洞察與商業成果連結。

Ipsos Marketing 隸屬於益普索公司 ( Ipsos )。益普索 ( Ipsos ) 是一個全球市場研究公司，主要在六個專業領域提供專業見解：廣告，客戶忠誠度，市場營銷，媒體，公眾事務研究和調查管理。在 84 個國家設有辦事處，益普索 ( Ipsos ) 有能力在任何一個客戶擁有業務的市場進行市場研究。2011 年 10 月，益普索 ( Ipsos ) 完成收購思緯 ( Synovate )。從而成為了世界第三大市場研究公司。

2012 年，益普索 ( Ipsos ) 的全球收入為 17.89 億歐元 ( 23 億美元 )，其中，市場研究貢獻了超過 50% 的利潤

訪問 [www.ipsosmarketing.com](http://www.ipsosmarketing.com) 了解更多信息