



Пресс-релиз

Ipsos запускает инструмент «Product Intelligence» для тестирования продуктов и упаковок с помощью пользовательских рейтингов и обзоров

Июнь, 2018 – Объединив опыт проведения исследований в социальных медиа и богатый опыт тестирования продуктов, Ipsos запустил новый инструмент «Product Intelligence», который позволяет маркетологам проводить аналитику быстрее и эффективнее, чем в классических исследованиях тестирования продуктов.

Новый инструмент «Product Intelligence» основан на анализе пользовательских обзоров и рейтингов о продуктах, размещенных на сайтах отзывов, через призму тестирования продуктов. В этом подходе используются передовые технологии текстовой аналитики, подкрепленные исследовательским опытом чтобы обеспечить разностороннюю оценку характеристик продукта на основе естественных отзывов потребителей. Маркетологи получают представление о сильных и слабых сторонах своего продукта и увидят, «выживет» ли их продукт на реальном рынке.

Virginia Weil, President of Innovation & Product Testing at Ipsos: *«Product Intelligence использует новейшие технологии, чтобы не только снизить сроки и повысить эффективность, но и обогатить данные о потребителях. Новый инструмент даст нашим клиентам глубокое понимание того, как потребители выражают свое мнение о продуктах в реальной жизни и в режиме реального времени, что даст им значительное конкурентное преимущество в разработке превосходных продуктов и поиске инновационных возможностей».*

Павел Лебедев, руководитель направления SMX (Social Media Exchange) компании Ipsos Comcon: *«Новый инструмент позволяет на основе естественных пользовательских отзывов построить модель зависимости между общей оценкой продукта потребителем и теми свойствами, характеристиками, которые он спонтанно упоминает в своём отзыве. Таким образом, мы можем детализировать анализ вплоть до SKU».*

«Product Intelligence» - один из инструментов в портфеле Ipsos по тестированию продуктов и упаковок, куда также входят такие передовые подходы исследования жизненного цикла товара, как device agnostic тестирования, адаптированные под разные виды переносимых устройств, видео аналитика, eye-tracking, измерение бессознательного и виртуальная реальность для тестирования в реалистичной среде.



Контакт в России:

Павел Лебедев, руководитель направления SMX (Social Media Exchange) компании Ipsos Comcon

Pavel.Lebedev@ipsos.com

+7 495 981 56 46

О компании Ipsos:

Компания Ipsos, основанная в 1975 году во Франции, является одним из лидеров мировой исследовательской индустрии с развитой сетью офисов в 89 странах мира, с более 16 000 талантливых сотрудников и ресурсами для проведения маркетинговых исследований более, чем в 100 странах. Ipsos специализируется на проведении стратегических исследований рынка; оценке коммуникаций бренда, рекламы и СМИ; изучении лояльности клиентов и сотрудников, а также общественного мнения. Сбор и обработка информации ведутся online, offline и с помощью мобильных устройств.

Исследователи Ipsos оценивают рыночный потенциал и интерпретируют тенденции рынка. Они разрабатывают и возвращают бренды. Они помогают клиентам строить долгосрочные отношения с потребителями. Они тестируют рекламу и изучают ответы аудитории в различных СМИ.

Ipsos зарегистрирован на Парижской фондовой бирже с 1999 года.

GAME CHANGERS

Наш девиз “Game Changers” определяет наши устремления.

Мы в Ipsos с неподдельным интересом изучаем людей, общество, рынки и бренды. Наши данные и аналитика делают наш сложный мир проще и позволяют быстрее ориентироваться в нем, вдохновляя клиентов принимать более продуманные решения. Надежность, простота, скорость и содержательность — вот характеристики, применимые ко всему, что мы делаем.

www.ipsos.com

Верхняя Красносельская ул., 3, стр. 2,
Москва, Россия, 107140

Тел: +7 495 981 56 46

www.ipsos-comcon.ru