



Presse-Information

Ipsos launcht NORM Simstore, eine Plattform für virtuelle Regal- und Produkt-Tests

Hamburg, 16. April 2019. Mit der von der GfK übernommenen Plattform NORM Simstore launcht Ipsos eine virtuelle Einkaufsumgebung, um Packungs- und POS-Konzepte online zu testen, zu quantifizieren und zu verstehen. Das Portfolio reicht dabei von Packungs-, Planogramm-, und Regal-Tests bis hin zu Store-Tests online, und kann national und international eingesetzt werden.

Dabei wird das Verhalten der Shopper in konkreten Einkaufssimulationen z.B. mit »zoom in« und »pick up« Funktionen gemessen und mit Befragungselementen verknüpft. Die Plattform ermöglicht das Testen mithilfe virtueller, realitätsgetreuer Regale und Stores, 360°-Umgebungen und E-Commerce-Websites.

Die Simstore Plattform zeichnet sich aus durch:

1. **Virtuelle Tests:** Realistische Nachbildungen aller Arten von Regalen und Einkaufsumgebungen für quantitative Online-Studien.
2. **Flexibel trotz Standardisierung:** Die Simstore end-to-end Plattform ermöglicht eine flexible und schnelle Anpassung an Kundenbedürfnisse.
3. **Valide Ergebnisse:** Verlässliche Prognose von Konsumentenverhalten.
4. **Internationale Studien:** Nationale und internationale Studien – Präsenz von Ipsos in 89 Ländern

Heidi Neubert, Shopper & Retail Experte von Ipsos kommentiert: »Um in der heutigen Omnichannel-Welt erfolgreich zu sein, brauchen unsere Kunden schnellere und agilere Lösungen, um den Erfolg ihrer Maßnahmen vor der Realisierung am POS zu testen. Genau da setzt Simstore mit seinen realistischen Nachbildungen des POS an. Auch Verpackungsdesigns lassen sich so sehr gut testen. Ein Ansatz, um Shopper Marketing und Category Management bestmöglich bei ihrer Entscheidungsfindung zu unterstützen.«

Simstore ist eine neue Lösung in einer Serie neuer Produktlaunches von Ipsos, die auf die wichtigsten Shopper- und Innovationsbedürfnisse der heutigen Zeit abzielen. Weitere neue Launches enthalten *LIFE Path*, um den Path to Purchase holistisch abzubilden, *iDNA*, um Onlinestrategien- und Brand Conversion zu optimieren, und *Fast Pack Screener*, um neue Verpackungsdesigns schnell und verhaltensbasiert zu testen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Heidi Neubert, Ipsos Shopper Lead (heidi.neubert@ipsos.com).

Über Ipsos:

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen. Dabei orientieren wir uns an den »4S«: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir die große Bandbreite unserer Expertise in 18 Service Lines zusammen gefasst. Und das in 89 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 750 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Nürnberg, Frankfurt und Berlin.



Kontakt Ipsos Pressestelle

Gudrun Witt
Gudrun.Witt@ipsos.com

Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040 80096 4179