

WIR MACHEN AUS MARKTFORSCHUNG KLUGE ENTSCHEIDUNGEN



Discover the connected consumer

Das Unternehmen

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen und unterstützt seine Kunden dabei, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Dank innovativer Technologien, statistischen Methoden und Algorithmen wie auch der Integration von Daten verschiedener Quellen, werden (Big) Data zu Smart Data gemacht, woraus sich für das Business relevante Informationen extrahieren lassen.

Unsere Forschung schafft neue Wachstumschancen. Wir helfen unseren Kunden, erfolgreiche Strategien zu entwickeln, um das Leben der Verbraucher zu bereichern. GfK Switzerland AG ist das führende Institut der Schweizer Marktforschung und mit umfassenden Marktforschungsdienstleistungen am Puls des Schweizer Marktes.

Die Umfrageforschung von GfK Switzerland ist – einzigartig für Schweizer Marktforschungsinstitute – mit dem

Datenschutzgütesiegel Good Priv@cy von SQS zertifiziert. Datenschutz und Informationssicherheit stehen bei uns an erster Stelle.



Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/ch.

Mitgliedschaften

- vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
- vsms swiss interview institute®
- ESOMAR
- GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing
- Swiss Marketing (SMC)
- Verein Unternehmens-Datenschutz VUD

Befragungsinfrastruktur

- ca. 150 Befrager/-innen im Telefonlabor
- ca. 300 Befrager/-innen im Feld
- Teststudios Schweiz: Luzern, Zürich und Lausanne
- Callcenter der GfK-Gruppe: 1100 CATI-Stationen in 32 Ländern
- Callcenter Schweiz: 80 CATI-Stationen in Hergiswil und Lausanne; Interviews in allen europäischen Sprachen
- Onlinepool mit über 60 000 Teilnehmenden sowie Zugriff auf GOP Global Online Panel der GfK-Gruppe
- «Vermögendenpool» (inkl. Probanden und Probandinnen mit Millionenvermögen)
- Mystery Shopper Pool

Methoden

Ad-hoc-Forschung (national und international)

Quantitative Befragungen:

- Schriftlich (PAPI)
- Telefonisch (CATI)
- Online (CAWI)

GfK Switzerland AG (Hergiswil)

Obermattweg 9
CH-6052 Hergiswil
Telefon +41 (0)41 632 91 11
Fax +41 (0)41 632 91 23

Neue Adresse ab November 2017:

Suurstoffi 18 CH-6343 Rotkreuz

GfK Switzerland SA (Lausanne)

Galerie Saint-François B
CH-1003 Lausanne
Telefon +41 (0)21 641 27 61
Fax +41 (0)21 641 27 60

GfK Switzerland AG (Kriegstetten)

Unterholzstrasse 10
CH-4566 Kriegstetten
Telefon +41 (0)32 674 43 10
Fax +41 (0)32 674 43 11

GfK Switzerland AG (Zürich)

Haus Stadthof
Schützengasse 4
CH-8001 Zürich
Telefon +41 (0)44 396 90 00

GfK Switzerland AG (Basel)

Greifengasse 11
CH-4058 Basel
Telefon +41 (0)61 226 94 00
Fax +41 (0)61 226 94 01

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

Gründungsjahr

1959

Geschäftsleitung

Dr. Ludovit Szabo
(Managing Director)

Joint Venture

Media Focus GmbH (gemeinsam mit
The Nielsen Company)

Festangestellte

Rund 230 Mitarbeiter/-innen

Umsatz 2016

55.5 Mio. CHF



- Rekrutierung
- Eyetracking
- Persönlich in-hall (CAPI, CA-WI)
- Persönlich in-home (CAPI)
- Virtual Shelf Solution
- Qualitative Befragungen

Qualitative Befragungen:

- Fokusgruppen
- Einzelexplorationen
- Online Communities / qual. Mobile Research
- Qual. Ethnographische Forschungsansätze

Omnibusse

- Telebus: Regelmässig 500 telefonische Interviews pro Woche
- eBus: 500 bzw. 1000 Onlineinterviews pro Woche
- Ärzte-Omnibus: 120 Interviews, 9-mal jährlich
- OTC-Omnibus: Apotheker und Drogisten, 160 Interviews, 9-mal jährlich
- Spezialisten-Omnibus (Bereich Health)

Märkte

Spezialisierte Teams bilden Kompetenz-Center für folgende Märkte:

- Automobile
- Do-it-yourself und Garten
- Energie
- Fashion und Schuhe
- Finanzen und Versicherungen
- FMCG (Lebensmittel/Near-Food)
- Handel
- Haushalt und Hygiene
- Healthcare, Pharma
- Heimelektronik
- Haushaltsgross- und -Kleingeräte
- Heizung und Sanitär
- Home (Möbel, Haushalt etc.)
- IT, Office, Telekommunikation
- Medien, Werbung, Kommunikation
- Öffentliche Dienste, NPO
- Personalwesen
- Post, Logistik, Verkehr, Transport
- Sozialforschung
- Spielwaren, Sport

Forschungsfelder

Data Science & Big Data Analysis

Data Integration unterschiedlicher Datenquellen welche der GfK und unserem Auftraggeber zur Verfügung stehen. In Bezug setzen dieser womöglich «Big Data» zu Referenzdaten, um Smart Data zu erhalten. Darüber hinaus mittels Data Science

die für das Business relevanten Insights generieren.

Panelforschung

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

Panels

- Nationale und internationale Panels (inkl. Europanel, Online Panel usw.)
- Handelspanel (Non-Food)
- Distributoren-Panel
- Radioforschungspanel (im Auftrag von Mediapulse)
- «Total Store Report» Auswertung Gesamtsortiment des Schweizer Detailhandels

Medienforschung

(Panel- und Ad-hoc-Research)

Reichweitenmessungen für Radio, Medienforschung zu Nutzerbedürfnissen, Produktgestaltung und Optimierung, Leistungsmessung von Kampagnen inkl. online und mobile Trackings.

Geomarketing

- Zielgruppen-Analyse
- Standortplanung

Ad-hoc-Forschung (Auszug)

Massgeschneiderte Lösungen für Ihre Fragestellungen in den aufgeführten Märkten bzw. Themenbereichen.

- Organisationsforschung, Mitarbeiterbefragungen
- Brand and Customer Experience Forschung
 - Loyalitätsforschung
 - Client-Fast-Feedback-Systeme
 - Markenbeziehungsmanagement
 - Kommunikationsforschung (Pre- und Post-Testing)
 - Markenerlebnismanagement
 - Mystery Shopping
 - Social Media Insights
- Reputationsforschung: GfK Business Reflector[®]
- Market Opportunities & Innovation (MOI)
 - Marktchancen & Innovations-/Potenzialanalysen
 - Qualitative und quantitative Grundlagenstudien (Usage & Attitude)

- Segmentierungen (Lifestyle und Bedürfnisse-segmentierungen)
- Verpackungsanalysen mit Regalsimulationen
- Launch/Relaunch Begleitung
- Konzept-/Produkttests
- Conjoint-Analysen
- Produktoptimierung
- Preisforschung
 - Preismeter
 - Conjoint-Methoden und Preis-Challenger
- Shopper Research & Retail Performance
 - Entscheidungsbaum
 - Regaloptimierung
 - Ladenoptimierung (In-Store-Touch-points)
 - Online-/Offline-Verknüpfung
 - Path-to-Purchase/Shopper Missions
- Field and Tabs (CATI, CAWI, CAPI)
 - Elektronische TED-Befragungen
 - Mystery (Visiting, Shopping, Calling)
 - Distributionsanalysen
 - POS-Befragungen
- Usability-Forschung
- User-Experience-Forschung
- CRM
 - Kundenstrukturanalysen
 - Customer Lifetime Value
 - Churn-Modelle
 - Potenzialanalysen
- Sozialforschung

Publikationen

- «Detailhandel Schweiz 2017» Facts & Figures über den Schweizer Detailhandel
- Fachbuch «Shopping-Center Markt Schweiz 2017» / Shopping-Center Datenbank / Centerindex: Online-Zugriff, schnell überall und jederzeit auf Daten der Shopping Center in der Schweiz
- Kunden-Newsletter GfK Switzerland
- «Instant Marktwissen»: top-aktuelle Power-Point-Grafiken für Ihre Präsentationen

Events

GfK bietet eine Reihe interessanter Veranstaltungen an. Am 22. Juni 2017 findet in Zürich die 6. GfK Handelstagung zum Thema «Veränderung als Realität» statt. Mehr Informationen unter www.gfk.com/ch