



GfK Czech

Součást GfK Group

**Press kit
2010**



Obsah:

1. Skupina GfK – Growth from Knowledge	3
1.1 GfK Czech	3
1.2 INCOMA GfK	3
2. Představitelé společnosti	4
3. Oblasti výzkumů	5
3.1 Custom Research	5
3.1.1 Consumer Tracking	5
3.1.2 HealthCare	5
3.2 Retail and Technology	5
3.3 Media	5
4. Druhy výzkumů	6
4.1 Kvantitativní výzkumy Ad Hoc	6
4.2 Kvalitativní výzkumy Ad Hoc	6
4.3 Kontinuální výzkumy	7
4.4 Výběr respondentů	7
4.5 Značkové výzkumné nástroje GfK	7
5. Charitativní projekty	8
6. Zahraniční zázemí	9

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

1. Skupina GfK – Growth from Knowledge

GfK Group je celosvětově čtvrtou největší společností provádějící marketingový výzkum. Společnost byla založena v roce 1934 v Norimberku jako první německá organizace pro výzkum trhu.

Skupinu GfK v ČR v současné době tvoří dvě společnosti: GfK Czech a INCOMA GfK.

1.1 GfK Czech

GfK

GfK Czech je předním dodavatelem služeb v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění v České republice. Zabývá se získáváním, analýzou a interpretací marketingových informací pro zákazníky z oblasti průmyslu, obchodu, médií a pro poskytovatele služeb ze soukromého i veřejného sektoru. GfK Czech je spoluzakladatelem organizace SIMAR - Sdružení agentur pro výzkum trhu v ČR a několik jejich výzkumných pracovníků je členem ESOMAR - Celosvětové asociace odborných pracovníků výzkumu trhu.

Společnost byla založena v únoru 1991 jako GfK Praha. V roce 2000 se kapitálově spojila s českou nezávislou výzkumnou agenturou INCOMA Research, která od svého vzniku v roce 1991 dosáhla silného postavení na českém a slovenském trhu. V červenci 2009 došlo ke změně názvu společnosti z GfK Praha na GfK Czech.

1.2 INCOMA GfK

INCOMA **GfK**

INCOMA GfK je předním dodavatelem služeb v oblasti marketingového výzkumu a poradenství v řadě segmentů trhu. INCOMA GfK nabízí řešení zejména v oblasti maloobchodu a distribuce, nákupních zvyklostí, regionálních analýz a rozvoje nemovitostí, industriálních a BTB výzkumů a analýz v segmentu HORECA. Ve všech výše uvedených segmentech je v současnosti nejvýznamnější výzkumnou agenturou na českém trhu.

INCOMA byla založena v únoru 1991 s hlavním cílem poskytovat informace a poradenství pro marketingové řízení. Postupně se rozrostla do sítě výzkumných a poradenských firem zaměřených na konkrétní segmenty českého a slovenského trhu. Jednatelem společnosti je Tomáš Drtina. K zásadní změně došlo v dubnu 2000, kdy se stávající výzkumné aktivity INCOMA konsolidovaly do nově vytvořené společnosti INCOMA Research a do firmy kapitálově vstoupila společnost GfK Praha. INCOMA Research tak se stala součástí celosvětové sítě GfK Group, což znamenalo významný impuls k rozvoji aktivit i mimo území České republiky. V červenci 2009 došlo rovněž ke změně názvu z INCOMA Research na INCOMA GfK.

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenec II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

2. Představitelé společnosti

Ondřej Tomas

- *Managing Director a jednatel společnosti GfK Czech*

Ondřej Tomas nastoupil na pozici generálního ředitele GfK Czech v září roku 2007. V oboru marketingu, prodeje a obsluhy zákazníků v odvětví služeb má patnáctileté let zkušenosti. Dříve pracoval v České pojišťovně, u předního softwarového dodavatele Oracle, v Českém Telecomu a marketingové agentuře InterCom Praha.

Jaroslav Jíra

- *Sales & Marketing Director*

Jaroslav Jíra začal svou kariéru v roce 2000 jako business process analyst v jedné z předních českých bank. Následně získával zkušenosti v produktovém řízení v Credit Suisse a jako projektový manažer v HVB a v České pojišťovně. V září 2007 byl jmenován na pozici ředitele rozvoje obchodu GfK Czech. Od srpna 2009 je ředitelem pro obchod a marketing GfK Czech se zodpovědností za veškeré obchodní aktivity a marketingovou strategii společnosti.

Karel Šmejkal

- *Internal Client Services Director*

Karel Šmejkal má devítileté zkušenosti z různých manažerských pozic v oblasti péče o zákazníky a obchodu s firemními klienty. V letech 1998 až 2007 působil ve společnosti Nokia Czech Republic, s.r.o. Naposledy pracoval na pozici ředitele prodeje v Nokia CMO Russia. Své působení v GfK Czech zahájil v prosinci roku 2007 jako vedoucí týmu IT/TELCO. Od července 2008 působil v GfK Czech na pozici ředitele řízení vztahů se zákazníky. Od srpna 2008 je v pozici ředitele pro služby interním klientům zodpovědný za zavedení a řízení projektu interního klientství v celé společnosti.

Martin Souček

- *Research Services Director*

Martin Souček již více než deset let působí v oblasti výzkumných agentur. V letech 1996 až 2000 působil v agentuře TNS AISA jako Key Account Manager. V roce 2003 se stal jednatelem a spolujednatelům poradenské marketingové agentury Competitive Edge Advisors, zaměřené především na finanční problematiku, marketing a management velkých společností. V GfK Czech působí od března 2008 na pozici ředitele výzkumných služeb.

Robert Palán

- *Finance and Operations Director*

V roce 1998 nastoupil na pozici Financial and Business Controller do holandské logistické společnosti Nedlloyd. V letech 2000 až 2007 působil ve farmaceutické společnosti Novartis na pozici OTC Head of Finance and Administration CZ&SK. Do GfK Czech přišel v září 2008 a byl jmenován finančním ředitelem. Ve společnosti řídí finance, IT, HR a administrativu společnosti.

Sherin Dalíková

- *Marketing and Communications Manager*

Sherin Dalíková přešla do GfK Czech z Komerční banky, a.s., kde působila od roku 2003 v Distribuční síti. Nejdříve jako specialista podpory prodeje v segmentu movitých klientů a privátního bankovníctví a poté jako specialista marketingové komunikace v regionu Praha. Předtím působila v obchodním oddělení ocelářské společnosti TradeArbed Praha a v administrativě Kanadské ambasády v Praze. Od prosince 2007 zastává pozici Marketing and Communications Manager a je zodpovědná za externí a interní komunikaci společnosti GfK Czech.

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

3. Oblasti výzkumů

3.1 Custom Research

Jedná se o exkluzivní na míru šité výzkumy i standardizované studie založené na dotazování a na testování. Pokrývají všechny části marketingového mixu od vývoje nového výrobku až po řízení značky v širokém spektru různých hospodářských odvětví.



3.1.1 Consumer Tracking



Společnost zabezpečuje kontinuální monitorování trhu pomocí reprezentativních panelů domácností, které zaznamenávají své nákupy nejrozličnějšího rychloobrátkového zboží, výrobků dlouhodobé spotřeby a služeb. Zároveň poskytuje informace o zboží a službách v oblasti FMCG a SMCG.

3.1.2 HealthCare

Mapuje postoje a zvyklosti subjektů tvořících nebo ovlivňujících oblast zdravotnického trhu (včetně trhu s dentálním a veterinárními přípravky). Monitoruje vývoj trhu, jeho strukturu, velikost tržních podílů, stejně tak jako nové tržní příležitosti, zabezpečuje komunikaci mezi cílovými skupinami odborné i laické veřejnosti a výrobními či obchodními firmami.

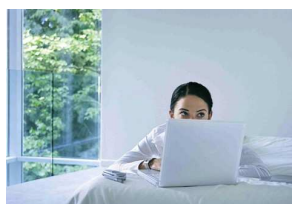


3.2 Retail and Technology

Firma nabízí kontinuální monitorování trhů s technickým spotřebním zbožím pomocí maloobchodních panelů. Řeší otázky marketingu, logistiky a odbytu průmyslu a obchodu.



3.3 Media



Zabývá se měřením sledovanosti a čtenosti médií (TV, tisk, rozhlas a internet) založeném na dotazování a na panelech uživatelů. Nejde jen o kvantitativní analýzy diváků, čtenářů a posluchačů, ale i o kvalitativní studie zaměřené na jejich akceptaci, preference a vybavování si mediálních obsahů.

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

4. Druhy výzkumů

Společnost GfK Czech využívá široké spektrum výzkumných metod:

- jednorázových, opakovaných i kontinuálních
- kvantitativních i kvalitativních
- standardizovaných i šitých na míru konkrétnímu projektu
- osvědčených a tradičních i inovativních a technologicky vyspělých

4.1 Kvantitativní výzkumy Ad Hoc

- **Osobní rozhovory** (face to face) s respondenty vybranými z relevantní cílové skupiny. V rámci zaručení vysoké kvality využívá společnost pouze síť vlastních tazatelů.
 - Pravidelná multiklientská omnibusová šetření i exkluzivní Ad hoc výzkumy
 - Rozhovory v domácnostech (in-home), studiové testy (in-hall) nebo dotazování v prodejnách (in-store)
 - Tradiční dotazování metodou tužka a papír nebo moderní CAPI (= za pomoci přenosného počítače)
- **CATI (= telefonické rozhovory za pomoci počítače)** z našeho vlastního telefonního studia, pravidelný GfK CATIbus
- **Online dotazování pomocí internetu** - samovyplňovací dotazníky na webu nebo ve formě e-mailu; CAWIbus
- **Písemné ankety** - samovyplňovací dotazníky zasílané poštou, nebo vkládané do novin či časopisů
- **Testy spotřebního zboží** - testování chuti, použití, obalu atd. doprovázené rozhovorem s testující osobou. Mohou se konat ve studiu (CLT neboli in-hall test) i v domácnostech (testy in-home).
- **Mystery shopping, pozorování** atd.

4.2 Kvalitativní výzkumy Ad Hoc

V kvalitativním výzkumu společnost získala zvláštní zkušenosti se studii zaměřenými na reklamu, vývoj nových produktů, motivaci, spokojenost zákazníků, komunikaci, image, zdraví a pozici značky. **Kvalitativní studio** společnosti GfK v centru Prahy je vybaveno jednocestným zrcadlem, kvalitním nahráváním obrazu i zvuku, technikou pro simultánní tlumočení a systémem Focus vision, který umožňuje klientům sledovat v reálném čase průběh skupinových rozhovorů z kteréhokoli místa na světě.

- **Skupinové diskuse** (focus groups) jsou otevřené diskuse vedené kvalifikovaným moderátorem, využívají vizualizace, asociační a projektivní techniky a hraní rolí k prozkoumání postojů, názorů a motivací různých cílových skupin. Mohou se konat v Praze, nebo v jakékoli jiné lokalitě.
- **Hlubkové rozhovory** (IDI), psychologické explorační, polostrukturované dotazníky
- **Expertní rozhovory** s odborníky z různých odvětví

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

4.3 Kontinuální výzkumy

- **Trackingové studie** - opakované výzkumy nebo průběžné monitorování s náhodným výběrem respondentů
- **Panelová šetření** - monitorování trhu pomocí panelů se stálým vzorkem respondentů

4.4 Výběr respondentů

Pro získání objektivních výsledků je nezbytný správný výběr vzorku respondentů. GfK je jedinou výzkumnou agenturou v ČR, která používá náhodný výběr respondentů k zajištění plné reprezentativnosti omnibusových studií.

- **Náhodný výběr**
 - stratifikovaný náhodný výběr
 - náhodná adresa (random address)
 - náhodná cesta (random route)
- **Kvótní výběr**
- **Kombinovaný výběr**

4.5 Značkové výzkumné nástroje GfK

Společnost GfK Czech používá v rámci zkvalitnění poskytovaných služeb kromě výše uvedených metod také vlastní výzkumné nástroje. Tyto nástroje jsou výsledkem mnohaletých investic GfK do vývoje nových metod a přinášejí

- vyzkoušená a ověřená řešení s jasnými odpověďmi na marketingové otázky
- standardizaci a možnost mezinárodního použití, bohaté zkušenosti z nasazení v řadě zemí
- databáze výsledků pro přímé porovnávání a benchmarking

Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

5. Charitativní projekty

Společnost GfK nabízí pomoc těm, kteří ji potřebují a jsou na cizí pomoci v mnoha případech přímo závislí. Přispívá různým neziskovým organizacím, nadacím, sociálně ohroženým a dalším, kteří potřebují pomoc.



V současné době GfK Czech dlouhodobě spolupracuje se Nadací Naše dítě a Linkou bezpečí. Pro Nadaci Naše dítě již opakovaně (2003 - 2004, 2006, 2008) provedla celorepublikový výzkum týkající se postojů populace k týraným a zneužívaným dětem a k této problematice celkově. V květnu 2008 se také podílela na Kampani Dejme týraní dětí červenou kartu!. V rámci kampaně byl realizován výzkum na reprezentativním vzorku 301 respondentů z návštěvníků Paláce Flóra na Praze 3. Pro Linku bezpečí provedla na konci školního roku 2007/2008 GfK Czech on-line dotazovací sondu.

Mezi **organizace a nadace**, které společnost GfK Czech nadále v minulosti podpořila, patří například:

- Česká Obec Sokolská
- Divadlo NABLÍZKO
- Nadace Olgy Havlové
- Nadační fond „Zelený Kříž“
- PORTUS PRAHA – Akce Cihla
- Rakouská letní akademie
- SONS – Sjednocená organizace nevidomých a slabozrakých ČR
- Svaz tělesně postižených
- Zrakově postižení sportovci
- Konto BARIÉRY
- Dům na půli cesty
- Fond ohrožených dětí
- Naděje
- Paraple

Společnost GfK Czech také podpořila oběti mimořádných živelných událostí:

- povodně 2002 v ČR
- ničivá vlna tsunami 2004 (vybrané peníze v rámci celé skupiny GfK byly zaslány na vybudování nemocnice na Srí Lance).



Stance Communications, s.r.o.
Salvátorská 931/8, Praha 1
Tel.: 224 810 809
www.stance.cz

GfK Czech
Na Hřebenech II 1718/10, Praha 4
Tel. 296 555 111
www.gfk.cz

6. Zahraniční zázemí

Skupina GfK má velmi silné zahraniční zázemí. Se svými 155 společnostmi pokrývá více než 114 zemí. V současné době má přes 10 000 zaměstnanců oproti cca 2 400 v roce 1994. Aktivitu GfK ve střední a východní Evropě koordinuje firma GfK Austria se sídlem v Rakousku. Společnost působí ve třech obchodních segmentech. Prvním je spotřebitelský průzkum, druhý zahrnuje maloobchod a technologie a třetím obchodním segmentem jsou média. Mezi další poskytované služby patří marketingové konzultace a know-how v oblasti výzkumů.

Celosvětová síť poboček GfK Group



Vlastnická struktura GfK Group (k 31. 12. 2008)

název společnosti	% podílu
GfK Nürberk. e.V.	57 %
Institucionální investoři	20,2 %
Soukromí investoři	21,7 %
Představenstvo a dozorčí rada	1,1 %

Tržby GfK Group mají rostoucí tendenci. V roce 2008 dosáhly výše 1,22 mld. Euro.