GfK und Trax
Neues Serviceangebot für den stationären Handel

Donnerstag, 29.11.2018

Die GfK und Trax, ein führender Anbieter von Computer-Vision-Lösungen für den Einzelhandel, haben heute bekanntgegeben, dass sie ein neues Informationsangebot für die Technologie- und Gebrauchsgüterindustrie anbieten, mit dem Verkäufe im stationären Handel gesteigert werden können.

Durch die Allianz von GfK und Trax wird das neue Serviceangebot **„Instore Intelligence“** ermöglicht. Es beantworte die wichtigsten Geschäftsfragen von Handelsmarketing- und Vertriebsmanagern zum Status Quo und den Auswirkungen von Maßnahmen in den Verkaufsstellen, der korrekten Durchführung von Kampagnen, der Produktpositionierung und Preisgestaltung sowie der Budgetplanung für das Handelsmarketing. Für die Technologie- und Gebrauchsgüterindustrie ermögliche dies erstmalig einen Einblick in die reale Ausführung ihrer Verkaufsmaßnahmen.

Das neue Angebot von GfK und Trax kombiniert Verkaufs- und Katalogdaten aus dem GfK-Handelspanel mit der von Trax angebotenen Bilderkennungstechnologie, Business-Intelligence- und Computer-Vision-Plattform. „Durch unsere Allianz mit Trax machen wir einen wichtigen Schritt auf dem Weg, der zuverlässige und unverzichtbare Daten- und Analysepartner der Technologie- und Gebrauchsgüterindustrie zu werden", sagt Grégoire Lemaître, Vice President, Sales Effectiveness bei GfK. „Unsere Allianz wird es uns ermöglichen, die Stärken beider Unternehmen zu nutzen: GfK bietet Point-of-Sales-Daten aus dem Einzelhandel, tiefgehende Branchenexpertise und Kundenbeziehungen im Bereich der Technologie- und Gebrauchsgüter sowie eigene Analytik-Lösungen. Trax liefert hochmoderne Bilderkennungstechnologien, ein leistungsfähiges Dashboard und eine Business-Intelligence-Plattform für die Visualisierung sowie solide Erfahrung im Einzelhandel. Unsere Stärken sind komplementär."

„Unser Anliegen ist es, führenden Konsumgütermarken ‚Augen im Laden’ zu bieten, gemeinsam mit GfK, als vertrauenswürdige Quelle für Informationen zu Markt und Verbrauchern in der Technologie- und Gebrauchsgüterindustrie", sagt Joel Bar-El, Vorsitzender und Mitbegründer von Trax. „GfK verfügt über den größten Datensatz von Point-of-Sales-Informationen für langlebige Konsumgüter. Die Kombination der Handelsdaten von GfK und der Computer-Vision-Plattform von Trax werden Unternehmen der Gebrauchsgüterindustrie helfen, besser zu verstehen, wie sich die Leis-tung am Regal und in Geschäften direkt auf ihren Produkt- und Markenumsatz auswirkt."

Neues Serviceangebot für den stationären Handel

Links

- GfK
- Trax