



## Grupa IQS wprowadziła nowy produkt badawczy

**Insight-Concept Scan to narzędzie do testowania insightów oraz conceptów, które są uważane za jedne z najtrudniejszych do zbadania materiałów marketingowych.**

Nowe narzędzie umożliwia zebranie szerokiej informacji na temat pomysłu i różnych jego propozycji w odniesieniu do poprzednich wersji conceptów danej marki, przyjętej strategii marki oraz strategii głównych konkurentów, a także wartości istotnych w danej kategorii. Dzięki temu narzędzie pozwala na wybór komunikatu adekwatnego do danego odbiorcy i sposobu myślenia w danej kategorii.

Testowane mogą być insighty lub concepty strategiczne, produktowe oraz komunikacyjne. Badanie może być realizowane na próbie ilościowej lub – jako moduł podczas pogłębionych wywiadów indywidualnych lub grup dyskusyjnych.

*- Innowacyjność nowego podejścia polega na zastąpieniu prostych deklaracji ciekawymi, angażującymi zadaniami, które w intuicyjny, a zarazem bardzo precyzyjny sposób pozwalają badanym wyrażać swoje odczucia i opinie na temat testowanego materiału. Zadania te pozwalają uchwycić nie tylko informacje, które badany świadomie chce nam przekazać, ale także szereg innych niezwykle ważnych wskaźników, często pomijanych w tradycyjnych badaniach- jak np. pierwsze reakcje emocjonalne, psychologiczne mechanizmy pomiaru uwagi, czasy reakcji itp. – mówi Joanna Gawroniak, Dyrektor Sprzedaży Grupy IQS.*

Dzięki zastosowanej technologii badani mogą między innymi określać emocje, jakie wywołuje w nich dany komunikat, za pomocą collage'u szkicować 'świat'-'klimat' komunikowany przez concept czy wskazywać na ile świat ten jest dla nich 'bliski' lub 'daleki'. Po raz pierwszy jest to możliwe w badaniu na próbie ilościowej.

Z Insight-Concept Scana skorzystali już czołowi klienci Grupy IQS z branży FMCG, usług finansowych i telekomunikacji. Szersze informacje dostępne są na stronie internetowej: <http://iqs-quant.com.pl/>.