



FACTS AND FIGURES GfK SWITZERLAND SA

GfK Switzerland est le premier institut d'études de marché de Suisse, avec un chiffre d'affaires de 75,8 millions de CHF (2014) et environ 38,9% (2014) de parts de marché. Ses prestations de services couvrent l'ensemble des domaines des études marketing.

GfK Switzerland appartient depuis 1999 au groupe international GfK (GfK SE) basé à Nuremberg, l'un des plus grands instituts d'études de marchés au monde.

Historique

- 1959 Fondation de l'«Institut pour l'Analyse des ménages» (Institut für Haushalts-Analysen)
- 1975 Fusion avec la Société Suisse pour le Marketing GfM
- 1999 IHA-GfM devient une filiale à 100% de GfK AG, Nürnberg, Allemagne
- 2002 Changement de nom en IHA-GfK SA
- 2009 50e anniversaire et changement de nom en GfK Switzerland
- 2010 Intégration de GfK Trustmark AG, Zurich
- 2012 Nouveau branding et nouvelle stratégie globale «OWN THE FUTURE»
- 2013 Intégration de GfK Telecontrol, Berne et GfK Research Matters, Bâle

L'entreprise

GfK fournit des informations fiables et pertinentes sur les marchés et les consommateurs, et soutient ainsi ses clients dans leurs prises de décisions stratégiques. GfK compte à son actif 80 années d'expérience dans le relevé et l'analyse des données. Ses 13 000 experts engagés associent leur savoir-faire global à une connaissance approfondie des marchés locaux dans plus de 100 pays, dont la Suisse. Grâce à des technologies innovantes et des procédés scientifiques éprouvés, nous combinons les données online et offline, et transformons de grands volumes de données en informations intelligentes.

Nos recherches créent de nouvelles opportunités de croissance et permettent à nos clients de développer des stratégies fructueuses pour enrichir les expériences des consommateurs. Premier institut d'études de marchés en Suisse avec 38,9% de parts de marché (2014), GfK Switzerland SA est présent depuis plus de 50 ans au cœur du marché helvétique avec des solutions intégrales dans tous les domaines des études marketing.

GfK Switzerland SA est le seul institut d'études de marchés en Suisse dont la recherche par enquêtes a obtenu le label de protection des données Good Priv@cy de SQS. Nous accordons la plus haute importance à la protection des données et la sécurité des informations.



Vous trouverez de plus amples informations sur www.gfk.com/ch.
Suivez-nous aussi sur Twitter:
www.twitter.com/gfk_de

Chiffre d'affaires 2014

75,8 millions de CHF

Direction

Dr Ludovit Szabo
(Managing Director and Head of CE Consumer Experiences)
Peter Fickentscher
(Head of CC Consumer Choices)

Collaborateurs/trices Suisse 2015

Environ 300 collaborateurs/trices (postes fixes)

Actionnaires

GfK SE Nürnberg, Allemagne (100%)

Joint Venture

Media Focus GmbH (en commun avec The Nielsen Company)

Affiliations

- asms Association suisse des spécialistes en recherches de marché et sociales
- asms swiss interview institute®
- ESOMAR
- GfM Société suisse pour le marketing
- SQS Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management
- Swiss Marketing (SMC)
- Association des conseillers d'entreprises en matière de protection des données (VUD)

Produits et services

Nos clients bénéficient de notre expertise des marchés locaux et internationaux, qui s'appuie sur de nombreuses années d'expérience et la coopération internationale au sein du Groupe GfK. GfK offre des solutions pour chaque étape du «Consumer Journey» sur le marché.

Infrastructure d'enquêtes

- Env. 200 enquêteurs/trices en laboratoire téléphonique
- Env. 300 enquêteurs/trices de terrain
- Studios de test en Suisse: Lucerne, Zurich et Lausanne
- Call Center du groupe GfK: 1100 stations CATI dans 32 pays
- Call Center Suisse: 110 stations CATI à Hergiswil et Lausanne; interviews dans toutes les langues européennes
- Onlinepool avec plus de 60 000 participants et accès au GOP Global Online Panel du Groupe GfK
- «Pool de personnes à hauts revenus» (y comp. capital de plus d'un million)
- Mystery Shopper Pool

Méthodes

Recherche ad-hoc (nationale et internationale)

- Enquêtes quantitatives:
 - Business-to-Consumer
 - Business-to-Business
- Ecrites (PAPI)
- Téléphoniques (CATI)
- En ligne (CAWI)
- Recrutement
- Eye Tracking
- Personnelles in-hall (CAPI, CAWI)
- Personnelles in-home (CAPI)
- Enquêtes qualitatives:
 - Explorations individuelles
 - Ethnographies

- Groupes de discussion
- Recherche qualitative en ligne (sociolog.dx)
- Workshops
- GeoMarketing

Omnibus

- Telebus: 2 fois 500 interviews téléphoniques par semaine
- eBus: 500 ou 1000 interviews en ligne par semaine
- Omnibus des médecins: 120 interviews, 9 fois par an
- OTC-Omnibus: pharmaciens et droguistes, 160 interviews, 9 fois par an
- Omnibus des spécialistes (secteur Health)

Etudes multi-clients (sélection)

- Beauty Care U&A Europe occidentale (D, F, UK, I, E) et USA
- Business Reflector[®]

Marchés

Nos équipes spécialisées constituent des centres de compétences pour les marchés suivants:

- Automobile
- Do-it-yourself et jardin
- Energie
- Mode et chaussures
- Finances et assurances
- FMCG (Food / Near-Food)
- Commerce
- Ménage et hygiène
- Healthcare, pharma
- Electronique domestique:
 - Electronique de divertissement
 - Photo
 - Appareils ménagers
- Chauffage et sanitaire
- Home:
 - Meubles / Aménagement intérieur
 - Articles ménagers / Décoration
 - Textiles d'intérieur
- IT, Office, télécommunications
- Médias, publicité, communication
- Optique
- Services publics, NPO
- Ressources humaines
- Poste, logistique, trafic, transports
- Recherche sociale
- Jouets
- Sport
- Nombreux autres sous-marchés et marchés de niche
- Analyses GeoMarketing dans tous les secteurs

Domaines de recherche

Etudes de panels

Analyses standardisées livrant des informations sur les tendances, volumes, chiffres d'affaires, canaux de distribution et segments dans les marchés de nos clients: politique de produit et de prix, publicité, distribution, vente et logistique.

Panels

- Panels nationaux et internationaux (y comp. Europanel, GOP Global Online Panel, etc.)
- Panel commercial (Non-Food)
- Panel radio (mandaté par Mediapulse)

Pour la Suisse en particulier:

- «Total Store Report»: analyse de l'assortiment intégral du commerce de détail suisse
- «Center Index»: plateforme de planification du travail et de controlling pour les détaillants locataires, les gérants et le management des centres commerciaux.

Recherche médias (études par panels et ad-hoc)

Mesures de la pénétration de la radio, recherche médias sur les besoins des utilisateurs, conception et optimisation des produits, mesure de l'efficacité publicitaire y comp. trackings en ligne et mobiles.

Recherche ad-hoc

Des solutions sur mesure pour vos questions dans tous les segments de marché et domaines proposés.

Les thèmes en détail (extrait)

- Etudes organisationnelles, engagement des collaborateurs
- Etudes Brand and Customer Experience
 - Etudes de fidélité
 - Systèmes Client-Fast-Feedback
 - Analyses de marques
 - Gestion des relations avec les marques
 - Etudes sur la communication (prétests / posttests)
 - Gestion des expériences de marques
 - Mystery Shopping
- Opportunités du marché et études sur les innovations
 - Opportunités du marché & analyses sur les innovations / le potentiel
 - Etudes de base qualitatives et quantitatives (Usage & Attitude)
 - Segmentations (lifestyle et segmentation des besoins)
 - Analyses de packaging avec simulation des rayons
 - Accompagnement du Launch / Relaunch
 - Tests de concepts / produits
 - Analyses conjoint
 - Optimisation des produits

- Etudes sur les prix
 - Sensibilité aux prix
 - Méthodes conjoint et challengers de prix
- Field and Tabs (CATI, CAWI, CAPI)
 - Sondages électroniques TED
 - Mystery (Visiting, Shopping, Calling)
 - Analyses de distribution
 - Enquêtes POS
- Etudes de convivialité
- Etudes sur l'expérience utilisateur
- CRM
 - Analyse de structure de la clientèle
 - Customer Lifetime Value
 - Modèles Churn
 - Analyses de potentiel
- Recherche sociale
- Shopper Research & Retail Performance

Publications

- Ouvrage spécialisé «Detailhandel Schweiz 2014» (Commerce de détail Suisse 2014)
- Ouvrage spécialisé «Shopping-Center Markt Schweiz 2014» (Marché des centres commerciaux Suisse 2014)
- «GfK Marktmonitor»: newsletter trimestrielle sur l'évolution du marché suisse
- Newsletter «GfK Custom Research»
- «Instant Marktwissen»: graphiques Power-Point d'actualité pour vos présentations

Evénements

GfK propose une série de manifestations intéressantes et quantité d'informations via son blog, Twitter et Facebook. Pour en savoir plus, consultez

www.gfk.com/ch

Contact

Nos adresses:

GfK Switzerland AG

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

GfK Switzerland AG

Schützengasse 4
CH-8001 Zürich
Téléphone +41 (0)44 396 90 00

GfK Switzerland SA

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

GfK Switzerland AG

Picassoplatz 8
CH-4052 Basel
Téléphone +41 (0)61 226 94 00
Fax +41 (0)61 226 94 01

GfK Switzerland AG

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

Pour tous les sites

E-Mail info.ch@gfk.com
Web www.gfk.ch, www.gfk.com

