



GfK Belgrade

# GfK HILCA

Inovativna conjoint metodologija za evaluaciju i optimizaciju koncepata kompleksnih proizvoda.

## Zašto koristiti conjoint evaluaciju?

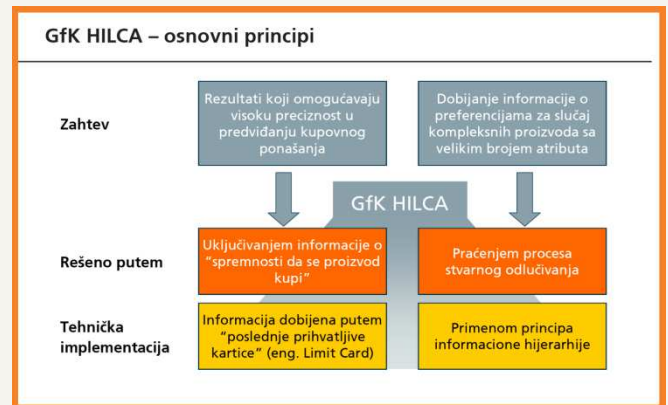
Conjoint analiza se bazira na realističnoj situaciji odlučivanja obzirom na to da se svi relevantni atributi (karakteristike) proizvoda procenjuju istovremeno (na engleskom: Considered Jointly). Iz tog razloga nema precenivanja važnosti pojedinačnih atributa proizvoda a kritična mesta kao što je "spremnost da se plati" se takođe tretiraju na realističan način zbog holističke evaluacije proizvoda.

## Zašto GfK HILCA?

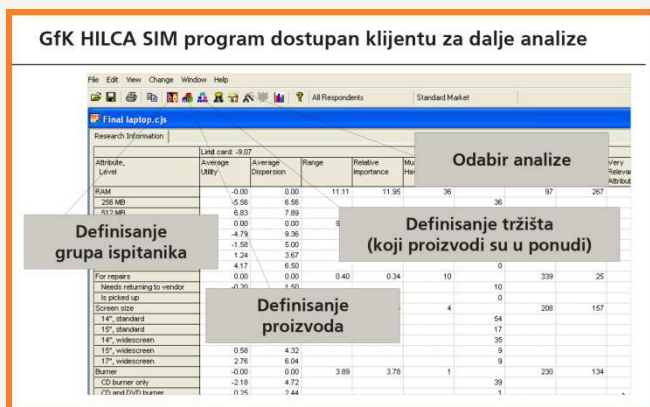
GfK HILCA je jedina conjoint metodologija koja istovremeno omogućava uključivanje velikog broja atributa i opcije "ne bih kupio(la)". Ovo je čini posebno pogodnom za određene oblasti istraživanja – odnosno za evaluaciju koncepata kompleksnih proizvoda i usluga u oblastima kao što su finansije i osiguranje, telekomunikacije, proizvodi visoke tehnologije, farmaceutska ili auto industrija.

Osnovne prednosti GfK HILCA pristupa su:

- GfK HILCA se uspešno nosi sa velikim brojem atributa proizvoda i njihovih nivoa. Zbog toga je GfK HILCA posebno prilagođena proizvodima čija kupovina podrazumeva visok nivo "uključenosti".
- GfK HILCA uključuje informaciju o "spremnosti da se proizvod kupi", što uvećava njenu prediktivnu tačnost.
- GfK HILCA se bazira na pretpostavci o načinu na koji potrošači analiziraju informacije, što je izdvaja od široko korišćenih metodologija kao što je ACA.



- GfK HILCA metodologijom je moguće proceniti "vrednosti" pojedinih atributa proizvoda na individualnom nivou što je najbolja polazna tačka za dalju analizu.



- GfK HILCA se može koristiti i za procenu privlačnosti fiktivnih proizvoda dok simulacija tržišta omogućava optimizaciju koncepata i procenu izgleda na tržištu.
- GfK HILCA je metodologija kojom je brzo i po razumnoj ceni moguće ispitati strukturu preferencije potrošača. Anketiranje je moguće sprovesti putem Interneta (CAWI) ili na lokalnom kompjuteru (CAPI).
- Klijentu je dostupno i Windows softversko rešenje GfK CJSim, za brzo i komotno simuliranje tržišta.

### Dodatne informacije

Za optimizaciju koncepata kompleksnih proizvoda ili usluga...za procenu izgleda na tržištu neograničenog broja različitih predloga uz pomoć GfK HILCA metodologije...kontaktirajte nas sada.

Za više informacija, kontaktirajte nas email-om na: [lado.basic@gfk.com](mailto:lado.basic@gfk.com)

GfK Beograd, Mihajla Pupina 10b/II, 11070 Beograd, Srbija

Tel./Fax: +381 11 3130 500

Web: [www.gfk.rs](http://www.gfk.rs)