

Oggi le aziende si trovano ad affrontare uno scenario in rapida e costante evoluzione, ricco di sfide ma anche di opportunità da cogliere. Anche i consumatori sono cambiati e la pandemia ha imposto un'accelerazione di numerosi trend e fenomeni socio-culturali.

Negli ultimi mesi, le analisi sui consumatori realizzate da GfK Italia hanno messo in luce come l'atteggiamento prevalente tra i consumatori sia quello Rethink: il 66% degli italiani è convinto che dopo l'era COVID-19 nulla sarà più come prima e ben il 56% sta già riconfigurando i propri stili di vita, le proprie priorità di consumo e la piramide dei bisogni.

In questo contesto è fondamentale avere accesso a informazioni sempre aggiornate sui consumatori, in grado di restituire la complessità e le sfide del momento. Per rispondere a questa richiesta, nasce [GfK Insight Community](#), la nuova offerta di insight e analisi sui consumatori elaborata da GfK che garantisce una comprensione profonda del contesto attuale e delle tendenze evolutive.

GfK Insight Community rappresenta un punto di accesso unico ai dati provenienti da diversi studi sul consumatore elaborati dal team Consumer Insight di GfK. Con un'unica sottoscrizione, quindi, le aziende e i brand possono ottenere una visione a 360° sui consumatori con informazioni su sentiment, consumi, comportamenti digitali, strategie di acquisto e tanto altro ancora.

La nuova offerta di Consumer Intelligence si basa su tre pillar:

- **Consumer Insight Trends:** Come stanno evolvendo i cittadini-consumatori, i loro valori, le loro attitudini, i loro bisogni, i loro stili di vita e le loro abitudini di acquisto? Quali cambiano questi elementi nell'era post-Pandemica (Rethink, Revenge & Retire)? Come cambiano le loro aspettative nei confronti dei Brand? Quali opportunità e quali spazi di innovazione esistono nei diversi settori?
- **Digital Lives:** Come cambiano i comportamenti digitali degli italiani, dentro e fuori casa? Qual è l'interesse nei vari segmenti della popolazione per la tecnologia Smart Home e quali sono le attuali barriere all'adozione? Come evolve il modo di fare acquisti e quale è il peso dell'e-commerce? Come si informano e cosa acquistano gli italiani durante i periodi di picco stagionale, come il Black Friday?
- **Key Success Factor:** Quali sono le nuove sensibilità emergenti nell'era post-pandemica? Quali trend guidano il successo delle aziende nel contesto attuale? Come si posizionano gli italiani rispetto ai temi della sostenibilità e quali sono le opportunità da cogliere per i Brand per stimolare la crescita?

Una importante novità di GfK Insight Community è la modalità di accesso ai dati, che

saranno resi disponibili attraverso una **piattaforma digitale sempre aggiornata**, riservata ai sottoscrittori. In questo modo le aziende potranno navigare in autonomia i contenuti pubblicati (articoli, webinar, interviste e altri contenuti video) e scaricare i report di ricerca appena sono resi disponibili.

Enzo Frasio, Presidente di GfK Italia, commenta: *“Da sempre GfK si impegna ad offrire ai propri clienti delle Soluzioni in linea con le loro esigenze informative, che negli ultimi 15 mesi sono cambiate molto a causa del contesto sempre più complesso, incerto e in perenne evoluzione nel quale abbiamo vissuto e stiamo vivendo. Siamo convinti che **GfK Insight Community** possa offrire un tangibile valore aggiunto ai nostri clienti, in quanto consente di accedere ai key insight relativi ai Consumatori e all’evoluzione dei loro comportamenti, grazie ad un accesso online dedicato. Attraverso webinar, podcast, video pills, report ed actionable summary i partecipanti alla GfK Insight Community potranno scegliere come e quando fruire degli Insight, attraverso i quali potranno adattare rapidamente le proprie strategie di crescita”.*

[Clicca qui per maggiori informazioni su GfK Insight Community.](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 23 / 08 / 2021