



Behavioral Insights. Real Life Outcomes.

A BVA Group Company

Nicht zu veröffentlichen vor dem 29. Januar 2020

PR IN VIVO führt LAB ein - Qualitative Services werden neu ausgerichtet, um Verhalten wirklich authentisch abzubilden

(Teaneck, NJ) PRS IN VIVO, ein Unternehmen der BVA-Gruppe, das auf Shopper und Produkt Experience spezialisiert ist, gab heute die Einführung von LAB bekannt. LAB umfasst eine Reihe innovativer qualitativer Services, die darauf ausgerichtet sind, authentisches Verbraucherverhalten zu nutzen. Marken können so ihren Erfolg über den gesamten Lebenszyklus von Entwicklung über Design bis zur Produktvermarktung steigern – immer mit dem Blick durch die Linse von Behavioral Economics.

„Zu lange schon haben Zeit- und Budgetbeschränkungen Marken dazu getrieben, qualitative Methoden als günstigen Ersatz für quantitative Bewertungen zu missbrauchen. Damit wurde den qualitativen Methoden ihr wahrer explorativer Wert, tiefe Einblicke zu gewinnen, genommen. Es besteht ein echter Bedarf an agilen und immersiven Lösungen, die die Kraft qualitativer Techniken nutzen, so wie sie immer schon sein sollte: um Creative- und Design-Briefs mit echten Insights zu füllen, erfolgreichere Innovationen zu ermöglichen und bessere Marketingkampagnen zu realisieren“, sagte Matt Michaud, Senior VP Behavioral Qualitative. "Wir haben uns vorgenommen, ein agiles Instrumentarium zu entwickeln, das auf unserem firmeneigenen Behavioral-Framework basiert, um reichhaltige Insights zu gewinnen, die einprägsam, umsetzbar und grundlegend für den Erfolg von Produkten und Kategorien sind.“

Die vier Säulen von LAB sind um ein Partner-Beratungsmodell herum aufgebaut und beinhalten: „Immersion and Inspiration“, „Building and Iterating“, „Guiding and Refining“ sowie „Always Ahead“. In Zusammenarbeit mit den Design-Agenturen unserer Kunden, kreativen Konsumenten und den Verhaltens-, Semiotik- und Ethnographie-Experten von PRS IN VIVO werden die Erkenntnisse dann zu Blaupausen und Entwürfen für eine erfolgreiche Produktentwicklung weiterentwickelt. Vollständig ganzheitlich und in die Verhaltenswissenschaften eingebettet, greift LAB auch auf die quantitativen Instrumente von PRS IN VIVO zurück, um das von LAB abgeleitete Verbraucherverständnis weiter zu validieren.

Emilie Boutes Eberly, Chief Innovation Officer, fügte hinzu: "LAB ist so konzipiert, dass es unser Behavioral Framework, erstklassige Beobachtungsmethoden im Verhaltenskontext und eine rigorosen Anwendung der besten Technologie kombiniert, um authentisches Verhalten zu

fördern. Mit LAB. werden wir zu Augen, Stimme und zum Puls der Konsumenten und Shopper, und das während des gesamten Entwicklungs- und Marketing-Lebenszyklus.“

Für weitere Informationen über LAB und andere Innovationen im Bereich der Verhaltensforschung von PRS IN VIVO wenden Sie sich bitte an info@prs-invivo.com

About PRS IN VIVO

PRS IN VIVO (ein Unternehmen der BVA-Gruppe) ist eine weltweit tätige Research-Agentur spezialisiert auf Shopper und Product Experience. Wir sind Experten für die Anwendung von Verhaltenswissenschaften, und helfen Unternehmen dabei Entscheidungen der Verbraucher vorherzusagen und zu beeinflussen, um Markenwachstum zu generieren.

Wir führen Konsumentenforschungen in mehr als 50 Ländern durch. Dabei stützen wir uns auf Best-in-Class Technologie, unsere 45-jährige Erfahrung, unsere Fachkenntnisse über Kategorien und Produkte sowie unsere Behavioral Framework. Unser Ziel ist es Kunden dabei zu helfen, ihre Marken und ihr Produktmarketing zu verbessern und bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen.

Unseren Kunden verhelfen wir zum Erfolg durch die Leidenschaft und das Engagement unserer Teams, unser Bekenntnis zu Partnerschaften und unsere bewährten, innovativen und agilen Lösungen.

Medienkontakt

Deutschland: Christian Dössel, 040 / 808 195 401, Christian.Doessel@prs-invivo.com

USA: Janice Lai, +1-201-346-1600, Janice.Lai@prs-invivo.com
