**GWI в партньорство с Publicis Groupe ще предоставя информация за българската аудитория**

**София, 23 май 2023 г. – Oт днес, 23 май, ключовото изследване на GWI ще включва данни за България. Лидерът в изследването на аудитории в световната маркетингова индустрия, който вече работи в 52 държави, навлиза в България в сътрудничество с комуникационната група Publicis Groupe.**

Изследването проследява потребителско поведение вече в 52 държави, като годишната извадка наброява близо 1 милион респонденти. То покрива широк спектър от теми - от медийно потребление до начин на живот, онлайн поведение, бранд проучване и поведение при покупка. GWI в партньорство с Publicis Groupe България ще проследява извадка от 5 000 респонденти в страната, които използват интернет, през онлайн въпросници на годишна база. Наборът от задавани въпроси е същият като в останалата част на света, като се различава единствено в изброяването на конкретни местни марки и услуги във всеки сегмент. Първоначалната вълна на събиране на данни бе проведена през първото тримесечие на тази година, а данните от него са налични от 23 май 2023 г., както в онлайн платформата на GWI, така и в инструментите за планиране на Publicis Groupe. Сегментите на данните за България варират от демографски данни за населението, нагласи и интереси до спорт, начин на живот, поведение при покупка, работа и професия, социални медии и онлайн активност, игри, технологии и устройства, и медийно потребление.

Изследването на GWI е специфично по своята последователна методология и структура на въпросите. То предлага възможност за сравняване на данни от различни пазари - от Германия, Румъния, Чехия, Унгария, Полша и Австрия до Франция, САЩ и Китай. Благодарение на тримесечната честота на събиране на данни, то е гъвкаво в отразяването на текущите пазарни промени. Сред другите предимства на проучването са лесната визуализация на данните, предлагана от онлайн платформата на GWI, и възможността за свързването му с често използвани инструменти.

**Джейсън Мандър, главен директор по проучвания в GWI,** коментира: *„GWI съществува, за да помага за дълбоко разбиране на аудиториите бързо и ефективно - както на местно ниво, така и в световен мащаб. Ето защо сме щастливи да добавим България като 51-ия си пазар и да работим с нашия доверен и дългогодишен партньор Publicis Groupe, за да предоставим данни, които са изключително подходящи за българския пазар."*

GWI навлиза в България в сътрудничество с Publicis Groupe, една от водещите комуникационни групи, която участва като партньор по проекта в локализирането на изследването за местния пазар.

*„Ценните прозрения и прецизните данни от проучването на GWI предлагат нова важна перспектива за потребителите в България. То ще обогати нашите глобални стратегически инструменти с местни прозрения и ще предостави на нас и на нашите клиенти задълбочени познания за местните потребители в много различни области, като например навици на пазаруване, модели на потребление в различни категории и марки, медийно потребление или онлайн поведение. Въз основа на тези данни ще можем да проследяваме промените на тримесечна база, както и да получим съпоставима картина за дадена аудитория. Очаквам с нетърпение да разбера колко различно е поколението Z в България в сравнение с източноевропейския и западноевропейския пазар и как то се развива във времето по отношение на медийните навици,"* каза **Десислава Стоянова, изпълнителен директор на медийния бизнес и главен оперативен директор в Publicis Groupe България.**

**За GWI:**

[GWI](https://www.gwi.com/) е технологична компания за изследване на аудиторията. Нейната SaaS платформа и персонализираните продукти за данни се ползват с доверието на най-големите световни марки, медийни организации и агенции, за да придобият дълбоко разбиране за своята аудитория в кратки срокове. Водещото проучване на компанията обхваща 2,7 милиарда души в световен мащаб. Чрез комбинация от данни от проучвания и анализи клиентите могат да получат задълбочена информация за поведението, нагласите и интересите от богати набори от данни, включително GWI Kids, GWI Sports, GWI USA, GWI Gaming, GWI Travel и GWI Work.

**За Publicis Groupe – The Power of One**

**Publicis Groupe** е лидер в комуникациите в глобален план и в България и предлага цялостен модел на работа  – от стратегическо консултиране до ефективно изпълнение, съчетавайки маркетинг и дигиталната бизнес трансформация. Publicis Groupe партнира на клиентите в тяхното бизнес развитие, като осигурява централизиран достъп до експертизата на екипите и акцентира върху персонализираните и индивидуални маркетингови решения.

**Publicis Groupe България** **обединява девет специализирани звена** - Saatchi&Saatchi, Leo Burnett, Red Lion, Digitas, MSL, Publicis Dialog, Brandworks, Zenith и Starcom, които работят в областта на рекламата, връзките с обществеността, промоционален и събитиен маркетинг, маркетинг към купувача и комуникация на местата на продажба, стратегическо планиране и бизнес дизайн, дигитални маркетингови и бизнес решения, производство на аудиовизуални продукти, медийни стратегии и медийно планиране и купуване.

Компанията също е **експертен център за „Разузнаване на социалните мрежи“**, чийто отдел работи с чужди пазари от мрежата на Publicis Groupe. Екипът има познания на повече от 25 езика и анализира тенденциите и нагласите в потребителското съзнание и поведение, преди те да са станали актуални, като по този начин маркетинг експертите имат възможността да интегрират тази информация в дългосрочните си стратегии и процеси на марките и компаниите.

През 2022 г. Publicis Groupe България разраства **технологичната си експертиза с екипи от ИТ разработчици**, които работят за създаването на дигитални маркетинг платформи за глобални клиенти на Publicis.

[*www.publicisgroupe.com*](http://www.publicisgroupe.com) *| Twitter: @PublicisGroupe | Facebook | LinkedIn |* [*YouTube*](http://www.youtube.com/user/PublicisGroupe) *| Viva la Difference!*

**За повече информация:**

**Iva Grigorova**

e-mail: iva.grigorova@mslgroup.com

tel.: +359 887 917 267