

TNS Atlas liittynyt globaaliin TGI-verkostoon

TNS Gallupin kulutuskäyttäytymistä, kuluttajien mediakäyttöä sekä suhdetta yli 1000 brändiin syväluotaava Atlas-tutkimus on liittynyt globaaliin TGI-tutkimusten verkostoon.

TNS Atlas on jo usean vuoden ajan tarjonnut yrityksille tutkimustietoa suomalaisista kuluttajista, heidän mediakäytöstään sekä suhtautumisestaan brändeihin. TGI-verkostoon liittyminen luo kanavan hankkia tutkimustietoa keskitetysti lähes 70 maasta.

TNS Atlas ja muut TGI-verkoston tutkimukset mahdollistavat tarkkojen kuluttajaprofiilien tekemisen ja niiden kansainvälisen vertailun. Esimerkiksi harrastavatko tietyn kosmetiikkamerkin käyttäjät Suomessa samoja asioita kuin vaikkapa Ranskassa – ja tavoittaako mainostajan viesti heidät television vai Internetin kautta? Tutkimustietojen laajuus ja tietojen yhdisteltävyys tarjoavat vahvat eväät myös strategiseen suunnitteluun ja segmentointiin.

TGI-verkostoon liittyminen tarjoaa näköalapaikan kansainvälisiin tutkimushankkeisiin. Nyt TNS Atlas pystyy ensimmäisten joukossa ottamaan käyttöön uusia innovaatioita tutkimuksen saralla.

Lisätietoja

TNS Gallup Oy
Media Research/Brand

Virpi Öström, Business Unit Director
Puh. +358 (0)50 5460489
Sähköposti etunimi.sukunimi@tns-global.com

Sinikka Laine, Research Director
Puh. +358 (0)40 5139336

Julian Tooke, Director of Affiliate Partnerships, Global TGI
Puh. +44 (0)20 8433 4085

TNS Gallup Oy

TNS Gallup Oy on täyden palvelun tutkimusyriety, jonka strategiset lähtökohdat ovat tutkimusosaaminen, asiakkaiden toimialasektoreiden tuntemus ja testatut, kansainväliset tutkimusratkaisut. Toimintamme on sertifioitu noudattamaan kansainvälistä ISO 20252-standardia markkina-, mielipide- ja yhteiskunnallisessa tutkimuksessa.

Olemme osa kansainvälistä TNS-konsernia, joka on maailman suurin kyselytutkimuksiin perustuvan markkinainformaation tuottaja. Maailmanlaajuinen asiantuntijaverkostomme kattaa kaikki merkittävät liiketoiminta-alueet ja varmistaa luotettavan toimialatiedon ja vertailutulokset tutkimusten taustaksi.

Target Group Index (TGI)

Target Group Index (TGI) on käynnistynyt Iso-Britanniassa jo vuonna 1969 laajentuen lähes 70 maan kokoiseksi verkostoksi. Asiakkaina maailmanlaajuisesti johtavia brändimarkkkoijia, media- ja mainostoimistoja. Vuosittain TGI toteuttaa yli 700.000 haastattelua edustaen 1.5 miljardia kuluttajaa maailmanlaajuisesti.

TGI kuuluu Kantar Mediaan, joka on osa WPP:n Kantar-tutkimusdivisioonaa.