

# Procter & Gamble utiliza Software de Análise Preditiva da DMSS®, para pesquisa de produtos e marca

*Utilizando todo o portfolio de produtos do software de Análise Preditiva da DMSS® a Procter & Gamble coloca o consumidor em primeiro lugar*

A empresa Procter & Gamble (NYSE:PG) está entre o crescente número de empresas que adotaram a Análise Preditiva para obter uma visão mais completa das atitudes e preferências dos consumidores sobre seus produtos.

Ao utilizar o Software de Análise Preditiva da DMSS® a Procter & Gamble, um nome comum entre os produtos de bens de consumo, tem agora ao seu dispor uma solução que permite compilar e analisar a opinião dos consumidores de forma simples e direta - utilizando cada vez mais a importante metodologia "Voice of the Customer" para melhorar suas pesquisas de mercado e avaliação de marcas.

A Procter & Gamble (P&G), fabricante de marcas líderes de mercado e de elevada notoriedade produtos Tide®, Pampers®, Pantene® e Crest®, é uma das empresas pioneiras na adoção e utilização da Análise Preditiva. Confiando há quase uma década nas soluções IBM SPSS, a P&G conseguiu entender profundamente seus consumidores e as tendências de mercado.

Patrick Hogan, gestor de negócios globais de pesquisa com consumidor da P&G, salienta: "Na P&G, nós acreditamos que a alta qualidade e foco nas pesquisas de mercado são ferramentas de sucesso indispensáveis no desenvolvimento de produtos e de estratégias de marketing com sucesso de nossos produtos de consumo. O Software de Análise Preditiva da IBM, tem um papel fundamental no entendimento de como nossos clientes interagem com nossos produtos, como eles tomam a decisão de compra e como respondem a novas idéias."

Ao utilizar o IBM SPSS Data Collection, o IBM SPSS Statistics, o IBM SPSS Modeler e o IBM SPSS Collaboration & Deployment Services, a P&G captura informação dos clientes sobre as suas atitudes e opiniões sobre a oferta de produtos e utiliza a análise de dados para transformar a informação em conhecimento.

A P&G utiliza especificamente o software IBM SPSS Data Collection para gerenciar o ciclo de vida completo da pesquisa, criando e aplicando facilmente as pesquisas, recolhendo feedbacks para os analistas melhorarem os processos com mais rapidez e eficiência. O IBM SPSS Data Collection disponibiliza uma solução aberta, escalonável e customizável para as necessidades globais da P&G, através de pesquisas multi-canal e de relatórios que possui. O Software de Análise Preditiva da IBM, permite também a P&G melhor identificar as preferências dos consumidores.

Hogan continua: "O IBM SPSS Statistics permitiu à P&G melhorar e executar nossas pesquisas de mercado com padrão e qualidade consistentes. Utilizando o Software de Análises Preditivas, nossa empresa tem feito progressos na promoção eficaz das marcas resultando em economias consideráveis para a empresa e aumentando o valor percebido para os nossos consumidores."

Jack Noonan, presidente da antiga SPSS Inc., disse: "Os Softwares de Análise Preditiva da IBM, permitem as empresas melhor compreenderem e preverem comportamentos futuros ao incorporarem dados de atitudes recolhidos junto aos clientes, durante interações ocorridas naturalmente ou como parte de iniciativas

de feedbacks estruturadas. Empresas como a Procter & Gamble estão cada vez mais reconhecendo a importância de uma compreensão clara e detalhada de como seus clientes pensam e começam a utilizar essa informação para melhorar seus processos de negócio, a tomada de decisão e permite também direcionar, automatizar e otimizar as decisões.”