



Doświadczenie i referencje



W Omnisense od października 2017
nieprzerwanie realizujemy projekty
mające na celu definiowanie insightów
konsumenckich, które analizowane
w kontekście praktyk życiowych
pozwalają projektować:



- ✓ **Procesy sprzedaży**
- ✓ **Doświadczenia konsumenckie (customer experience)**

- Zarówno offline (sklepy, restauracje, punkty obsługi klienta, hotele)
- Online (aplikacje, strony internetowe, sklepy internetowe)

W większości przypadków wspieramy
naszych Klientów w projektowaniu
KOMPLEKSOWEGO DOŚWIADCZENIA (CX)
na każdym etapie ścieżki zakupowej (CJ), w
każdym elemencie omni / mono channelu.



Informacje o wybranych, zrealizowanych projektach



Odświeżenie wizerunku marki

WOJAS

efekt: nowy koncept sklepów fizycznych

realizacja: Złote Tarasy Warszawa

Wykreowanie nowej marki gastronomicznej

ISTO

w procesie ko-kreacji opartym o insighty konsumenckie

realizacja: Katowice

Strategia customer experience

MARTES SPORT

z uwzględnieniem powstania nowej marki FITANU wraz ze wsparciem szkoleniowo-warsztatowym procesu wdrożeniowego

realizacja: kompleksowy projekt toczy się od maja 2018 roku, nieprzerwanie do dziś.

Odświeżenie wizerunku marki

AWITEKS

efekt: opracowanie nowego konceptu

realizacja: Galeria Krakowska, lipiec 2018

Rebranding dla marki

MAKARUN

efekt: badania i nowa strategia CX

realizacja: od lipca do września 2018



Opracowanie strategii customer experience dla marki

VOX

realizacja: od maja do września 2019

Opracowanie strategii customer experience dla marki

MEDIA EXPERT

efekt: opracowanie nowego konceptu sklepu stacjonarnego

realizacja: od kwietnia do listopada 2019

Opracowanie nowego formatu Convinence dla

LAGARDERE

realizacja: październik – grudzień 2019 (wdrożenie wstrzymane przez COVID -19)

Opracowanie założeń strategicznych dla customer experience klientów marki

LUPUS

efekt: badanie oczekiwań klientów wobec dostawców rozwiązań meblowych – kuchennych

realizacja: kwiecień- maj 2020

Badanie procesu wyboru nawozów wśród rolników indywidualnych dla producenta

DR GREEN

realizacja: lipiec 2020

Projekt analityczny z elementem sprintu insightowego (mini wywiady – szybkie generowanie insightów) na zlecenie marki

RUCH

 wśród klientów

LIDL

realizacja: lipiec – sierpień 2020



Stale opracowujemy insighty konsumenckie w projektach aranżacyjnych dla zespołu architektów Schwitzke Górski, także w przypadkach gdy projekt nie zakłada badań. Wówczas na bazie badań własnych czy gromadzonych w innych projektach insightów opracowujemy na etapie prac nad nowym konceptem założenia dotyczące oczekiwań co do funkcjonalności i atmosfery projektowanych przestrzeni.

Takie analizy opracowywaliśmy dla **Home&You**, **SuperPharm**, **Krakowskiego Banku Spółdzielczego** czy placówki przyszłości banku **PEKAO S.A.**



Wybrane case study

Makarun

Awiteks

VOX

MAKARUN

Wyzwanie:

FAST FOOD. Jak sprawić by został dostrzeżony przez bardziej wymagających i świadomych Klientów?

Wybrane Insighty:

- ✓ dobre składniki = dobre jedzenie
- ✓ foodtruck = slow food, a budka przy ulicy to fast food – czyli estetyka determinuje postrzeganie oferty gastronomicznej
- ✓ komfort jedzenia (widelec kontra biała koszula)

Rozwiązania:

1. Ekspozowanie świeżości produktów
2. Estetyka
3. Widelec
4. Zaangażowanie

1.



2.



4.





AWITEKS

Wyzwanie:

Świeżość, jakość, atrakcyjność dla młodszego odbiorcy połączone ze sprawnością operacyjną punktu i oczekiwaniami pracowników.

Metoda:

- ✓ wywiady
- ✓ obserwacje
- ✓ warsztaty z pracownikami sieci i kierowniczkami

Efekt:

1. Nowy atrakcyjny wizerunek
2. Poprawa jakości obsługi i zadowolenia pracowników
3. Pozyskanie młodszych Klientów.





Wyzwanie:

Jednym z elementów nowej strategii CX było wsparcie Klienta w procesie wyboru poprzez nową organizację dostępu do próbek.

Rozwiązanie:

- ✓ Biblioteka Próbek

Efekt:

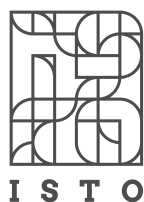
- ✓ Większa liczba decyzji zakupowych, przyspieszenie procesu zamykania transakcji.

Po wprowadzeniu naszych rekomendacji, wynikający z określonych w toku badań insightów konsumenckich, u części naszych Klientów sprzedaż z metra kwadratowego LfL wzrastała od 17% do nawet 30 %. Oczywiście sprzedaż jest efektem wielu procesów – nie tylko aranżacji przestrzeni czy zastosowanych wspierających technologii, dlatego trudno wyabstrahować wpływ naszych rozwiązań. Niemniej jednak mamy przypadki, gdzie pozostałe elementy nie ulegały zmianie a Klienci odnotowywali wzrost obrotów, co pozwala wnioskować, że te wzrosty są wynikiem dobrze przeprowadzonych badań, wieloczynnikowej i kontekstowej analizy oraz zdolność do eksperckiego zinterpretowania danych w celu zaprojektowania adekwatnych rozwiązań.





Nasi klienci



MAKARUN



wojas

Flügger

Lagardère

mediaexpert ▶

martes^{SPORT}



Krakowski Bank Spółdzielczy



SUPER-PHARM 
Recepta na piękno. Recepta na zdrowie.

 | **Bank Pekao**

LUPUS.eu
fabryka mebli



Poznań, 31 sierpnia 2020 r.



Adres korespondencyjny
Biuro Zarządu VOX
ul. Bukowska 148
60-197 Poznań

Adres siedziby spółki
Meble VOX Sp. z o.o. sp. k.
ul. Górska 143
62-004 Czerwonak

REFERENCJE

Mieliśmy przyjemność współpracować z firmą Omnisense przy dużym projekcie związanym z rozwojem i przeprojektowaniem naszej sieci sprzedaży. Nasza współpraca trwała od maja do września 2019 roku.

Team specjalistów z Omnisense w sposób rzetelny i profesjonalny zrealizował dla nas badania jakościowe (wywiady i obserwacje) oraz warsztaty analityczno-kreatywne. Jako marka VOX często korzystamy z tego typu badań, wszystkie nasze działania opieramy na pracy zgodnej z metodologią design thinking. Grupa Schwitzke Górski i Omnisense proponuje kompleksowe podejście do projektowania przestrzeni handlowych w myśl z wyżej wspomnianą metodologią. Dogłębna analiza tożsamości naszej marki, grupy docelowej oraz szeroka wiedza o kliencie pozwoliła na wydobycie insightów związanych z doświadczeniami konsumentów (Customer Experience) na każdym etapie ścieżki zakupowej. Eksperckie podejście Omnisense do rozumienia funkcji przestrzeni sprzedaży i nowych kanałów sprzedażowych umożliwiło zaprojektowanie badania sieci salonów VOX oraz wyciągnięcie konkretnych wniosków i wskazanie dalszych operacyjnych kroków wraz z pełnym zrozumieniem kontekstu zakupowego. Wartość takich badań i pracy z danymi jest znacznie większa niż w przypadku analizowania ocen, poziomu satysfakcji czy deklaracji dotyczących oczekiwań, które są generowane w oderwaniu od kontekstu zakupowego.

„Współpracę z firmą Omnisense oceniamy na najwyższym poziomie. Projekt został zrealizowany rzetelnie i z najwyższą starannością. Terminowość, elastyczność oraz dostępność i otwartość na nasze potrzeby to stwierdzenia, którymi charakteryzują się członkowie zespołu Omnisense. Przy kolejnych projektach o podobnym profilu na pewno skorzystamy ponownie z usług tej grupy.”

Paweł Gaj,
Trade Marketing Director

MEBLE VOX
62-004 Czerwonak
REGON 631035
KRS 0

vox.pl

Sąd Rejonowy Poznań - Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego
KRS: 0000560558 • REGON: 631035843 • NIP: 782-00-21-192

Referencje

Martes Sport Sp. z o.o. 43-300 Bielsko-Biala, ul. Malowany Dworek 115, tel. 033 828 17 40
fax 033 828 17 41, info@martessport.com.pl, www.martessport.com.pl

Bielsko-Biala, dn. 01.09.2020

REFERENCJE

W imieniu firmy Martes Sport Sp. z o.o. pragnę zarekomendować firmę OmniSense Sp. z o.o. jako rzetelnego oraz wiarygodnego partnera biznesowego. Z firmą w szerokim zakresie rozpoczęliśmy współpracę w roku 2019, gdzie podjęliśmy działania mające na celu wdrożenie strategii CX. Na wszystkich etapach projektu związanego z obszarem badań CX, otrzymaliśmy pełne wsparcie, duże zaangażowanie w prowadzony projekt oraz indywidualne podejście do całości organizacji.

Zespół OmniSense charakteryzuje holistyczne podejście do realizowanych zadań. Wnikliwe badania prowadzą do zgłębienia kilku perspektyw, dotyczących tego samego zagadnienia. Elastyczne podejście pozwala na wychodzenie poza początkowo ustalone działania. Zaproponowany schemat prac wdrożeniowych identyfikował braki, niedoskonałości jak również mocne strony organizacji. Wskazywał realny plan usprawnienia pracy w wielu obszarach.

Z pełnym zaufaniem, mogę polecić firmę, jako kompetentny podmiot w poszukiwaniu skutecznych rozwiązań biznesowych.

Kierownik Działu Koordynacji
Dorota Jaworska

Martes Sport Sp. z o.o.
43-300 BIELSKO-BIALA
ul. Malowany Dworek 115
NIP 547-17-91-682

Kraków, 06.03.2020

Referencje

Z firmą Omnisense współpracowaliśmy w związku z odświeżeniem wizerunku marki Makarun od lipca 2018 roku.

Omnisense realizował dla nas badania jakościowe (wywiady i obserwacje) oraz warsztaty analityczno-kreatywne. Członkowie zespołu Omnisense brali również udział w tworzeniu rozwiązań projektowych.

Współpracę tę oceniamy pozytywnie, zarówno w zakresie wartości merytorycznej jak i komunikacji oraz organizacji pracy. Oferowane podejście badawcze ma wartość szczególnie w sytuacji projektowania nowej oferty i doświadczeń konsumentów. Doceniamy zdefiniowane insighty konsumentów i ich wpływ na zarządzanie doświadczeniem naszych Klientów.

Makarun sp. z o.o. sp. k.
ul. Przykopy 5, 30-612 Kraków
NIP: 6793178870
KRS: 0000765506

Przemysław Tyszczyński
Mariusz Sworek

Referencje

LUPUS.eu
Fabryka mebli

among
1000
Europe's Fastest Growing Companies
by FINANCIAL TIMES 2020

Elbląg, 30 czerwca 2020

REFERENCJE

Z firmą Omnisense współpracowaliśmy na przestrzeni kwietnia i maja 2020 r. Na naszą prośbę Omnisense zrealizował wywiady jakościowe wśród naszych grup docelowych wraz z analizą i opracowaniem strategicznych założeń dla doświadczeń klientów związanych z obciążeniem marki LUPUS tzw. „customer experience”.

Doceniamy badawcze podejście Omnisense, gdyż pomogło nam wyjść poza utarte schematy naszego „meblarskiego” pojmowania świata, i pozwoliło na lepsze zrozumienie procesów decyzyjnych po stronie klientów. Dzięki określonym przez Omnisense insightom konsumentów możemy skuteczniej prezentować nasze rozwiązania meblowe oraz sprawniej budować argumenty sprzedażowe. Kompleksowa analiza procesu zakupowego pomogła nam zaprojektować rozwiązania z zakresu obsługi klienta online i offline.

Polecam firmę Omnisense i Panią Prezes Katarzynę Konkel jako kompetentnego partnera w procesie analizy, planowania i budowy przewag konkurencyjnych organizacji w obszarze „customer experience”.

Tomasz Strzała

Dyrektor Sprzedaży i Marketingu

602450429

LUPUS Fabryka Mebli

LUPUS SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ SP.K., ul. Skrzydlata 28, 82-300 Elbląg

KRS 0000847432, Kapitał zakładowy: 7 281 400 PLN, NIP 5780000402, REGON 002813180