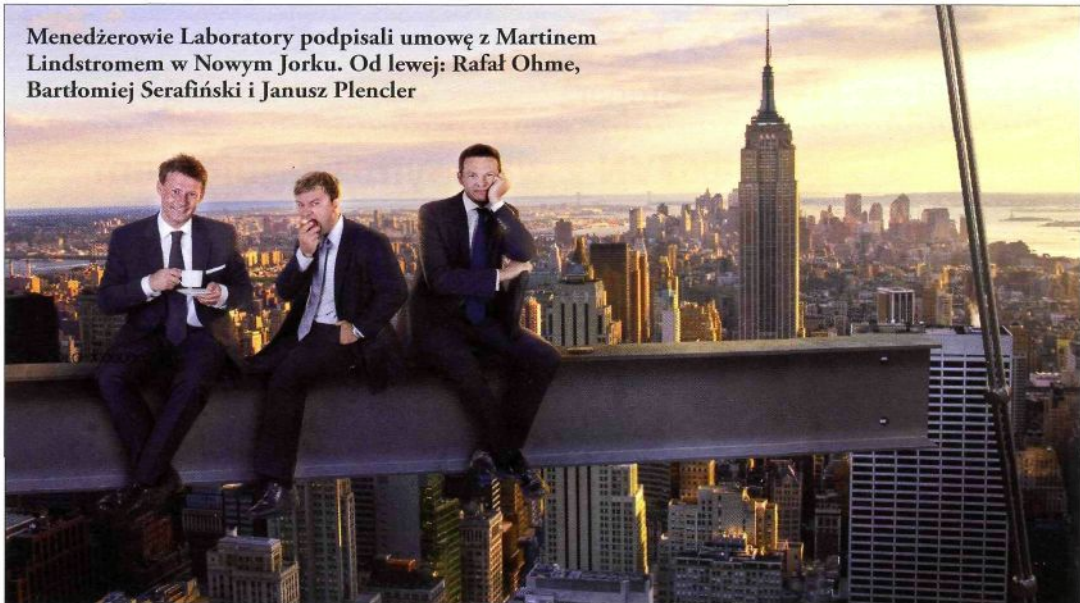


Menedżerowie Laboratory podpisali umowę z Martinem Lindstromem w Nowym Jorku. Od lewej: Rafał Ohme, Bartłomiej Serafiński i Janusz Plencler



FOT. LABORATORY

Ohmewyrusza na podbój świata

Laboratory & Co., firma wyspecjalizowana w badaniach neuromarketingowych, przyjęła strategię rozwoju na rynkach międzynarodowych. Pozyskała na ten cel 10 mln dol. od pasywnego inwestora finansowego. Ma to pozwolić na co najmniej podwojenie przychodów.

Spółka tworzy sieć zagranicznych oddziałów. Przedstawiciele firmy zapowiadają, że w perspektywie kilku najbliższych lat Laboratory osiągnie pozycję lidera w Europie w zakresie realizacji pomiarów, analiz oraz interpretacji wyników badań neuromarketingowych pod względem know-how i liczby realizowanych projektów. Do końca 2009 r. chce wydać na inwestycje ok. 10 mln dol. Nazwa inwestora, który wyłożył na ten cel pieniądze, nie została ujawniona.

Nowy Jork, Warszawa, Moskwa. — Zadanie, które sobie postawiliśmy, to dynamiczne wejście na rynek światowy. W tym celu w styczniu 2009 r. otwieramy oddziały w Nowym Jorku, Londynie, Berlinie i Moskwie, prowadzimy też zaawansowane rozmowy na temat udzielenia franczyzy partnerom w Sydney i Hongkongu. Strategia rozwoju, jaką przyjęliśmy, pozwoli nam szybko poszerzyć portfel globalnych klientów, co jest

kluczem do prowadzenia badań na dużą skalę, wykraczając poza jeden kontekst kulturowy — mówi Janusz Plencler, prezes Laboratory & Co. — W Polsce oprócz rozwijania relacji z kluczowymi klientami rozbudowujemy centrum obliczeniowe i research & development — dodaje Plencler.

W październiku br. do zespołu kierującego Laboratory dołączy Bartłomiej Serafiński, dotychczas partner zarządzający i jeden z udziałowców firmy doradztwa strategicznego Stratosfera Added Value. — Jego wiedza wzmocni kapitał intelektualny naszej firmy, a międzynarodowe doświadczenie zaowocuje szybkim rozwojem naszego biznesu za granicą — mówi Rafał Ohme, założyciel Laboratory & Co. Serafiński jako wspólnik wejdzie do zarządu Laboratory i obejmie stanowisko global development directora. Ma odpowiadać za współtworzenie strategii rozwoju i oferty produktowej oraz realizację planów międzynarodowej ekspansji firmy.

Jak guru z guru. Laboratory podpisało także umowę o strategiczną współpracę z Martinem Lindstromem, uważanym za jednego z największych specjalistów w dziedzinie badań nieświadomych reakcji konsumentów. Polska spółka ma być częścią międzynarodowego przedsięwzięcia biznesowego

Lindstroma, które zostanie powołane do życia jesienią br.

Nowa firma pod nazwą Buyology skoncentruje się na badaniach nieświadomych procesów decyzyjnych konsumentów oraz poszukiwaniu metod zarządzania tymi procesami na podstawie najnowszych technologii, wiedzy psychologicznej i medycznej oraz narzędzi neuromarketingu.

— Zamierzamy wspólnie zbudować największe na świecie przedsięwzięcie neuromarketingowe i wyznaczać najlepsze standardy usług w tej wyjątkowo perspektywicznej specjalizacji. Profesor Rafał Ohme jest znakomitym teoretykiem i praktykiem w dziedzinie neuromarketingu, Z najwyższym podziwem zapoznaliśmy się z dokonaniem Laboratory. Zaimponowało nam zwłaszcza bardzo konkretne podejście do implementacji wyników badań w strategiach marketingowych — mówi Martin Lindstrom.

Wprowadzeniu Buyology na rynek towarzyszyć będą zakrojone na dużą skalę działania promocyjne w amerykańskich mediach, a częścią tego przedsięwzięcia jest publikacja książki autorstwa Martina Lindstroma poświęconej nieświadomym procesom mózgowym wpływającym na decyzje zakupowe konsumentów.

JP