

DE LA CHESTIONARE CLASICE LA ANALIZE SUSȚINUTE DE INTELIGENȚA ARTIFICIALĂ: REZULTATELE PROIECTULUI ”AIMPACT (AI Model and Panel for Analytics and Choice Tracking): Instrumentul AI pentru modelarea alegerilor și analiza opiniilor”, PREZENTATE LA SLOBOZIA

Slobozia, 27 august 2026

Cum poate inteligența artificială să transforme modul în care sunt colectate și analizate opiniile oamenilor? Aceasta a fost tema centrală a conferinței de diseminare a rezultatelor proiectului „AIMPACT (AI Model and Panel for Analytics and Choice Tracking): Instrumentul AI pentru modelarea alegerilor și analiza opiniilor”, proiect finanțat prin Planul Național de Redresare și Reziliență – Componenta 9 „Suport pentru sectorul privat, cercetare, dezvoltare și inovare”, Investiția 3 „Scheme de ajutor pentru sectorul privat”, Măsura 1 „Schemă de minimis și schemă de ajutor de stat în contextul digitalizării IMM-urilor”, organizată **joi, 27 august 2026**, la Hotel Select din Slobozia.

Evenimentul a reunit reprezentanți ai mediului de afaceri, clienți, parteneri, reprezentanți ai presei și alte persoane interesate de utilizarea tehnologiilor avansate în cercetarea socială și de marketing.

Organizată într-un format interactiv, conferința a oferit participanților ocazia de a descoperi proiectul „AIMPACT (AI Model and Panel for Analytics and Choice Tracking): Instrumentul AI pentru modelarea alegerilor și analiza opiniilor”, obiectivele acestuia, investițiile realizate și rezultatele obținute de VERIFIELD S.R.L., împreună cu partenerul MULTIPPOINT IT S.R.L.

O demonstrație practică: cercetarea înainte și după AIMPACT

Unul dintre principalele momente ale conferinței a fost prezentarea noii metode de cercetare dezvoltate în cadrul proiectului. Prin intermediul unui chestionar demonstrativ, participanții au putut urmări comparativ modul în care se desfășurau anterior etapele unui studiu și felul în care acestea pot fi realizate acum, după implementarea investiției.

Demonstrația a evidențiat trecerea de la procese desfășurate separat și operațiuni care necesitau un volum ridicat de prelucrare manuală la un flux digital integrat, care permite:

- colectarea datelor prin metodele CAPI, CATI și CAWI;
- administrarea mai eficientă a respondenților și a panelurilor de cercetare;
- transcrierea automată a interviurilor;
- utilizarea inteligenței artificiale în analiza datelor și în procesul de raportare;
- aplicarea unor metode avansate de analiză a preferințelor, precum MaxDiff;
- vizualizarea centralizată a rezultatelor prin dashboarduri interactive;
- creșterea securității și trasabilității datelor utilizate în cercetare.

De la răspunsuri la informații relevante pentru decizii

Prin proiectul „*AIMPACT (AI Model and Panel for Analytics and Choice Tracking): Instrumentul AI pentru modelarea alegerilor și analiza opiniilor*”, un chestionar nu mai reprezintă doar un instrument de colectare a răspunsurilor, ci devine parte a unui proces integrat, în care datele pot fi colectate, verificate, analizate și transformate mai rapid în informații relevante pentru luarea deciziilor.

Noua abordare combină cercetarea calitativă și cercetarea cantitativă și utilizează tehnologii de inteligență artificială și automatizare pentru îmbunătățirea eficienței, acurateței și calității rezultatelor furnizate.

În cadrul conferinței au fost prezentate și principalele investiții realizate prin proiect: echipamente pentru colectarea digitală a datelor, soluții software cu inteligență artificială și machine learning, instrumente pentru administrarea panelurilor, aplicații de analiză și raportare, precum și sisteme moderne de securitate și protecție a infrastructurii informatice.

Dialog despre viitorul cercetării de piață

Evenimentul a creat și un cadru de dialog între echipa proiectului și participanți cu privire la aplicabilitatea noilor tehnologii, avantajele automatizării și modul în care rezultatele „*AIMPACT (AI Model and Panel for Analytics and Choice Tracking): Instrumentul AI pentru modelarea alegerilor și analiza opiniilor*” pot răspunde nevoilor actuale ale companiilor și organizațiilor.

Întrebările și discuțiile generate în cadrul prezentării au confirmat interesul pentru soluții de cercetare mai rapide, mai flexibile și mai bine adaptate volumului tot mai mare de date disponibil.

Conferința de diseminare a rezultatelor a marcat etapa de prezentare publică a rezultatelor proiectului și începutul utilizării noilor instrumente și metode în activitatea curentă de cercetare.

Mulțumim tuturor participanților, partenerilor, clienților și reprezentanților presei care ne-au fost alături și au contribuit la dialogul despre viitorul cercetării sociale și de marketing.