



biuo Reklamy Telewizji Polskiej S.A. zostało powołane do obsługi największego medium telewizyjnego w Polsce – Telewizji Polskiej S.A. – w zakresie sprzedaży reklamodawcom czasu reklamowego. Naszym zadaniem jest uzyskanie przychodów zapewniających TVP możliwość realizacji jej ustawowych zadań.

W ostatnich latach, ze względu na rosnącą na polskim rynku konkurencję w branży telewizyjnej, staje się to coraz trudniejsze. Oczywistym stało się, że aby jak najlepiej realizować stawiane nam zadania, niezbędne jest pozyskiwanie i wykorzystywanie wiedzy na temat widowni telewizyjnej, jej zachowań i preferencji, w szczególności takiej, która umożliwi nam zwiększenie atrakcyjności naszej oferty w oczach reklamodawców. Uznaliśmy, że wiedzę tę można pozyskać dzięki gromadzeniu i analizie danych dotyczących oglądalności.

Do realizacji tego celu potrzebowaliśmy nowoczesnych narzędzi analitycznych oraz wiedzy z zakresu metod analizy danych. Dlatego zdecydowaliśmy się na współpracę z SPSS Polska Sp. z o.o. Wykorzystujemy ofertę zaawansowanych kursów analizy danych, organizowanych przez SPSS Polska, by efektywniej analizować dane dotyczące oglądalności. Profesjonalnie przygotowane kursy, prowadzone przez wysoko wykwalifikowanych konsultantów dają przejrzysty obraz możliwości praktycznego wykorzystania narzędzi i technik analizy danych. Duże znaczenie miała dla nas możliwość skorzystania z indywidualnych konsultacji. Znacznie skróciło to czas prowadzonych dotychczas analiz i umożliwiło podjęcie przez Biuro Reklamy TVP S.A. nowych zagadnień analitycznych.

Kursy analizy danych SPSS okazały się być dobrą inwestycją, która nie tylko zwiększa kwalifikacje pracowników, ale także przekłada się na lepsze wyniki naszej pracy.

”

*Marcin Jarnicki
Analityk Rynku
Dział Marketingu Strategicznego
Biuro Reklamy Telewizji Polskiej*