



Grupa Carlsberg Okocim S.A., będąca częścią światowego koncernu piwowarskiego Carlsberg Breweries, zajmuje jedno z wiodących miejsc w przemyśle piwowarskim. Jej misją jest dostarczanie na rynek marek piwa o najwyższej jakości.

Ze względu na stale rosnącą konkurencję i postępującą konsolidację rynku piwowarskiego, jednym z kluczowych elementów funkcjonowania firmy jest prowadzenie kompleksowej, a co najważniejsze spójnej i skutecznej polityki marketingowej.

Uwzględnienie wszystkich uwarunkowań i sytuacji na rynku piwowarskim wymaga wykorzystania analizy danych i nowoczesnych narzędzi analitycznych, by pozyskać informacje, które pozwolą podejmować skuteczniejsze działania marketingowe dystansujące konkurencję. Wybór kursów SPSS dotyczących badań marketingowych pozwolił nam efektywniej wykorzystywać techniki analityczne w samodzielnie prowadzonych projektach lub analizach danych pochodzących ze zlecanych badań.

Niezwykle cenny jest fakt, iż kursy prowadzone są przez profesjonalistów z dużym doświadczeniem w analizach marketingowych. Dzięki temu wiedzę zdobytą na kursach mogliśmy bardzo łatwo przełożyć na praktyczne rozwiązywanie zagadnień analitycznych w naszej firmie.

Bogata zawartość merytoryczna kursów SPSS obejmująca zaawansowane techniki analizy danych wykorzystywane do segmentacji, pozycjonowania czy kształtowania nowych produktów ułatwia realizację podejmowanych w naszej firmie projektów badawczych. Praktyczne przykłady wspomagają przyswajanie omawianego materiału.

Kursy organizowane przez SPSS Polska były doskonałą okazją do poszerzenia i doskonalenia warsztatu analitycznego.

”

*Małgorzata Dudek  
Marketing Research Manager  
Grupa Carlsberg Okocim*