

Využití softwaru IBM SPSS ve výzkumné agentuře Datamar

IBM SPSS Statistics pomáhá klientům agentury provádět správná marketingová a obchodní rozhodnutí.



Datamar International, s.r.o.

Cíl

Poskytovat klientům podklady pro strategická rozhodnutí
Získání konkurenční výhody

Řešení

Analýza dat z marketingových výzkumů

Produkt

IBM SPSS Statistic
IBM SPSS Data Collection Data Entry

ACREA případové studie

IBM SPSS Software
Business Analytics
Výzkum trhu

Datamar je mezinárodní výzkumnou agenturou, která na trhu působí od roku 1993. Pobočky jsou v ČR, SR a Polsku. Projekty jsou realizovány ve 22 zemích. Společnost je členem ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research). Značky řídí jak pro české, tak mezinárodní i globální firmy. Realizují projekty zejména ve střední Evropě. K dispozici mají mezinárodní benchmarky.

Datamar se specializuje na :

- Brand management (FMCG, B2B, Non Profit Organizations)
- CRM
- Customer Behaviour (CSI, Customer Insight, Price Elasticity, Product Management)

Své metody neustále rozvíjejí - k dispozici mají nejmodernější datové centrum, dlouhodobě využívají nástroje IBM SPSS.

Výsledky výzkumů slouží klientům jako podklad pro strategická rozhodnutí v oblasti marketingu a obchodu.

Hlavní důvody pro používání softwaru

Mgr. Markéta Jalůvková - project manager

Naše společnost se zabývá analýzou dat z realizovaných marketingových výzkumů pro naše klienty. Vzhledem ke kvantitě i kvalitě poskytovaných analýz jsme hledali software, který umožnuje analyzovat rozsáhlé soubory dat a poskytuje celou řadu jak základních statistických, tak nadstavbových analýz. Komerčně používané softwary neřešily naše požadavky, řešení na míru představovalo neefektivní cestu s ohledem na čas a finance. Ideálním řešením byl software IBM SPSS Statistics Base, který poskytoval všechny standardní statistické analýzy již ve své základní verzi.

Naším hlavní cílem je nabídnout klientům maximum informací získaných výzkumem. Důležité je nabídnout také informace o souvislostech mezi daty, ne pouze klasické výstupy přehledových tabulek.

Realizované výzkumy

V roce 2007 a 2008 jsme realizovali stovky projektů.

vybrané typy projektů:

- Barometr image
- Analýzy brand equity
- Tracking study
- Analýza nákupního chování
- Brand audit
- Analýza sémantických významů
- Customer satisfaction
- Customer loyalty
- Pre test designu
- New produkt development
- Pre test, post testy
- Měření efektivity reklamních kampaní
- Mystery shopping, calling, mailing, analýza touch point

„SW IBM SPSS představuje klíčový analytický nástroj pro naši práci. Umožňuje efektivně a přehledně analyzovat výsledky marketingových výzkumů. Zároveň nabízí celou řadu specifických řešení a nadstavbových analýz, které umožňují nalézt hlubší souvislosti mezi daty k interpretaci výsledků. Používání SW IBM SPSS výrazně přispělo k naší konkurenceschopnosti.“

- Mgr. Markéta Jalůvková
project manager

Způsob získávání dat

Data jsou získána pomocí standardizovaných dotazníků osobní interview

vlastní tazatelská síť - 2 401 externích spolupracovníků telefonické interview

vlastní síť telefonních operátorů - 175 externích spolupracovníků

Datové soubory obsahují stovky proměnných a tisíce případů, data analyzujeme také v časových řadách.

Používané analytické procedury

- analýza dat – třídění prvního stupně
- analýza dat – třídění druhého a vyšších stupňů
- korelační analýzy
- regresní analýzy
- segmentační analýzy
- faktorové analýzy
- conjoint analýzy

Oceňované přínosy SW IBM SPSS

- standardizace analytických procedur – za pomocí syntaxe
- rychlosť analýz – zkrácení doby potřebné k analýze výsledků výzkumu zhruba na polovinu času
- kompatibilita dat pořízených v Data Entry
- široká nabídka analýz v základním modulu
- přehlednost výstupů, možnost další práce s výstupy – úpravy
- podpora týmu SPSS CR při řešení problémů
- nabídka kurzů a školení k novým nástrojům IBM SPSS včetně individuálních školení „na míru“, která také využíváme
- příjemné a přehledné uživatelské prostředí

Objevte více na
www.acrea.cz