



**e**NERGA Gdańska Kompania Energetyczna S.A. niniejszym udziela referencji firmie SPSS Polska Sp. z o.o.

ENERGA potrzebując wiedzy i narzędzi dostarczających informacji na temat klientów i ich oczekiwań, skorzystała z oferty SPSS Polska. Nasza współpraca rozpoczęła się od skorzystania z oferty kursów analizy danych Centrum Szkoleniowego SPSS z zakresu analiz marketingowych. Ich wysoki poziom merytoryczny, teoretyczne przykłady zastosowań ilustrowane wdrożeniami umożliwiły nam łatwe przeniesienie tej wiedzy na naszą praktykę marketingową. Doświadczeni konsultanci SPSS na co dzień wykorzystujący analizę danych w firmach z różnych branż oraz w administracji wskazywali praktyczne możliwości zastosowania technik analizy danych do uzyskania istotnych informacji. Pozytywne doświadczenia i chęć dalszego doskonalenia warsztatu skłoniły pracowników Wydziału Marketingu do uczestnictwa w kursach marketingowych o wyższym poziomie zaawansowania, a także kursów z dziedziny analiz sprzedażowych i analiz statystycznych.

Szkolenia SPSS dały pracownikom Wydziału Marketingu ENERGI możliwość kontaktu z nowoczesnymi narzędziami analizy danych, które oferują bogaty zestaw testów statystycznych, służących do analizowania danych pod kątem występowania zależności oraz istotności różnic, i dają przejrzysty obraz danych i wyników. Systemy analizy danych SPSS dają możliwość efektywnego prowadzenia projektów analitycznych na dużych zbiorach danych. Jest to program niezwykle elastyczny na każdym etapie projektu analitycznego, począwszy od importu i przygotowania danych, analizach, a skończywszy na przygotowywaniu raportów i prezentacji wyników. Prowadzenie z jego pomocą analiz nie wymaga zaawansowanej wiedzy statystycznej, co pozwala każdemu realizować samodzielne projekty. Duże ułatwienie stanowi także intuicyjny interfejs i bogate zasoby „systemowej pomocy”. Wyniki analiz prowadzonych z wykorzystaniem SPSS ułatwiają nam efektywne realizowanie projektów dających odpowiedź na pytanie, w jaki sposób poprawić jakość obsługi oraz dostosować ofertę do potrzeb poszczególnych grup klientów.

Wyniki analiz uzyskanych w oparciu o wiedzę i narzędzia analizy danych SPSS pozwalają na podejmowanie skutecznych działań marketingowych i promocyjnych.

”

*Izabela Szeptowska  
Specjalista ds. Marketingu  
Wydział Marketingu  
ENERGA Gdańska Kompania Energetyczna*