

**S**tatoil jest jednym z czołowych dostawców środków smarnych na rynku światowym. Skandynawski koncern jest reprezentowany w Polsce przez spółkę Statoil Lubricants Sp. z o.o., która prowadzi dystrybucję produktów zarówno produkowanych w Polsce, jak i importowanych z krajów skandynawskich. Statoil Lubricants posiada bardzo dobrze rozwiniętą sieć dystrybucji na terenie całego kraju. Tworzą ją regionalne biura handlowe oraz terenowe przedstawicielstwa, których reprezentanci docierają bezpośrednio do wszystkich klientów.

Przygotowując całoroczną strategię marketingowo-sprzedażową, a także poszczególne działania marketingowe potrzebujemy informacji, które pomogłyby nam maksymalizować efekty podejmowanych wysiłków. Najwięcej danych otrzymujemy z naszej sieci sprzedaży. Są to między innymi dane dotyczące produktów, klientów, wielkości

sprzedaży i efektywności poszczególnych akcji marketingowych. Skorzystaliśmy z oferty szkoleniowej SPSS, ponieważ chcieliśmy w większym stopniu wykorzystać analizę posiadanych danych. Spodziewaliśmy się, że będzie to źródło nowych, użytecznych informacji. Decydując się na udział w kursach analizy danych skorzystaliśmy z pomocy konsultantów SPSS Polska, którzy pomogli nam dobrać odpowiednie dla nas szkolenia.

Wiedza zdobyta na kursach podstawowych organizowanych przez Centrum Szkoleniowe SPSS Polska pozwala nam wykorzystywać informacje zawarte w naszych danych do podejmowania efektywnych działań sprzedażowych i marketingowych. Znajomość analizy danych ułatwia nam planowanie aktywności oraz optymalizację nakładów na poszczególne działania sprzedażowe i marketingowe.

Kursy analizy danych to inwestycja w wiedzę i umiejętności usprawniające pracę – inwestycja przynosząca firmie wymierne korzyści dzięki możliwości wykorzystania informacji ukrytych w gromadzonych danych.

”

*Marzena Kubik  
Specjalista ds. Marketingu  
Statoil Lubricants*