

Startuje NADA: Nová výzkumná společnost přináší národní data nejen o spotřebním chování Čechů

20.10.2023 - | PROTEXT

NADA staví na dlouholetých zkušenostech osobností z oboru

Zakladateli společnosti jsou tři dlouholetí ředitelé renomovaných výzkumných agentur **Jan Tuček, Ondřej Veis a Tomáš Hynčica**. Přestože jimi řízené společnosti působí v oboru marketingových a sociologických výzkumů a jsou tedy konkurenti, našli společný zájem v založení nového typu agentury postaveném na digitální analytice vysoké úrovně a automatizaci v práci s rozsáhlou databází. Trojice tým navazuje na 10 let úspěšné spolupráce při řízení **European National Panels** (v ČR fungujícím pod značkou **Český národní panel**), jednoho z největších respondentských online panelů ve střední Evropě. Data společnosti NADA navíc vycházejí z výzkumného projektu ProTrend, který sle, *„Jsem opravdu moc rád, že se nám daří společně s dlouholetými obchodními partnery úspěšně navázat na projekt ProTrend a zúročit tak několikaletou práci širokého týmu výzkumných odborníků,“* konstatoval Tomáš Hynčica. *„Přinášíme skutečně reprezentativní a čerstvá »národní« data založená na mimořádném počtu respondentů,“* doplnil Jan Tuček.

Národní data NADA **kontinuálně** mapují návyky a preference zákazníků všech tržních kategorií – od potravin a dalšího rychloobrátkového spotřebního zboží (FMCG) přes automobily až po dodavatele energií, banky či poskytovatele telekomunikačních a jiných služeb. Sledovanými ukazateli jsou například věkové složení zákazníků, jejich vzdělání, vybavení domácnosti a celková životní úroveň, obvyklá místa nákupu různého zboží, preferované značky, oblíbená média a mnoho dalších.

NADA nabízí několik různých forem spolupráce

Základní produkt společnosti, report **NADA Extract**, nabízí komplexní pohled vždy na jednu tržní kategorii. Rozsah a cena základního reportu je přitom přizpůsobena středním a malým firmám, pro které jinak mohou být marketingové výzkumy cenově nedostupné. Další tři nabízené formy spolupráce s NADA zahrnují ještě podrobnější segmentaci zákazníků a hlubší pohled do jejich preferencí, dlouhodobý přístup ke všem datům, nebo doplňkový výzkum či datovou analýzu na míru.

„Marketéři a majitelé firem od nás získávají potřebné podklady pro strategická rozhodnutí. Dáváme jim jistotu, že se rozhodují správně podle těch nejlepších dostupných dat,“ uzavřel třetí z jednatelů společnosti Ondřej Veis.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/startuje-nada-nova-vyzkumna-spolecnost-prinasi-narodni-data-nejen-o-spotrebnim-chovani-cechu/2429534>