



Najnowsza publikacja Millward Brown

Qualitology: Odkrywanie sekretów badań jakościowych, Pepe Martinez

Książka opisuje jak ta dyscyplina badań jest obecnie praktykowana w branżach takich jak Marketing, Reklama i Media.

Książka skupia się na dostarczeniu odbiorcy klasycznej wiedzy i technik, które do dziś są używane z wielkim sukcesem. Pozycja opisuje również nowe pojawiające się trendy i innowacyjne techniki, które dostosowane zostały do nowych czasów by rozwikłać współczesne problemy marketingowe. Praktyczne podejście przedstawione w książce pozwala odbiorcy przeczytać tę książkę od A do Z lub też, jeśli odbiorca pragnie, zapoznać się jedynie z materiałem zawartym w konkretnych rozdziałach.

W książce tej można znaleźć:

- Opis czterech międzynarodowych badań jakościowych sponsorowanych przez Millward Brown dotyczących piwa, archetypów marek, młodzieży oraz młodych rodzin.*
- Dziewięć badań jakościowych przeprowadzonych na szczeblach lokalnych w siedmiu krajach dla dużych klientów (Coca Cola, Vodafone, Renault, Delta Llyod, Elli Lilly, etc.), oraz jedno badanie kreatywne, które stało się inspiracją dla tytułu powyższej książki.*
- Książka oferuje również unikalną perspektywę oraz dogłębną analizę i interpretację. Powyższe dwa zagadnienia są zwykle postrzegane jako*

'czarna skrzynka' badań jakościowych; bardzo mało uwagi zostało im poświęconych przez praktyków badań jakościowych.

O Autorze:

Pepe Martinez urodził się w Aranda de Duero, Burgos (Hiszpania). Dyplom z dziedziny psychologii uzyskał w Universidad Complutense w Madrycie (UCM), a od ponad 25 lat pracuje w badaniach jakościowych. Pepe posiada doświadczenie we wszystkich obszarach badań jakościowych – od diagnozowania poprzez badania kreatywne i prognostyczne – prowadzonych dla różnych grup klientów, w tym dla rynku B2B, a także badań wśród lekarzy i pracodawców.

W roku 1982 Pepe rozpoczął pracę w *Synapse Marketing Research* na stanowisku merytorycznym w dziale badań jakościowych. W firmie tej przechodził różne szczeble awansu aż do stanowiska dyrektora biura w Barcelonie oraz dyrektora ds. merytorycznych.

Następnie został dyrektorem zarządzającym w kreatywnej firmie badawczej *Ideas para...*

W roku 1994 stał się jednym z partnerów-założycieli firmy *Ergo Advanced Research*, która w przyszłości miała stać się liderem rynku badań jakościowych w Hiszpanii.

Tę właśnie firmę w roku 2001 przejęła sieć Millward Brown.

W ramach Millward Brown Pepe Martinez przez cztery lata kierował europejską siecią badań jakościowych Euroqual.

Obecnie Pepe Martinez kieruje pionem *client service* w hiszpańskim oddziale Millward Brown, koordynując prace 100-osobowego zespołu (psychologowie, socjologowie, statystycy, specjaliści ds. marketingu i biznesu etc.)

Pepe Martinez trzykrotnie otrzymał nagrodę AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión) za następujące prace i artykuły:

- "Analysis and Interpretation is a Process" [Analiza i interpretacja jako proces] (1997)
- "Channel Connection: The Internal World of the Audience" [Łącznik z kanałem – wewnętrzny świat widza] (2006)
- "The Third Youth" [Trzecia młodość] (2008)

Książkę można zamawiać korzystając z poniższego adresu:

<http://www.esic.es/editorial.asp?sec=detalle&isbn=9788473565783>

Kontakt:

Kuba Antoszewski, PR Manager, Millward Brown SMG/KRC
+48 22 54 52 000
kuba.antoszewski@pl.millwardbrown.com