

Warszawa, 2 stycznia 2013



Millward Brown od stycznia 2013

Od stycznia 2013 oficjalna nazwa Instytutu Millward Brown SMG/KRC będzie brzmiała Millward Brown. Modyfikacja nazwy związana jest z realizacją wieloletniego planu integracji struktur instytutu w Polsce z międzynarodową siecią. Kontynuacja działalności instytutu w Polsce pod nazwą Millward Brown niesie ze sobą spójność identyfikacyjną w realizacji projektów międzynarodowych i korzystaniu z bogatych międzynarodowych zasobów sieci Millward Brown i grupy Kantar (której Millward Brown jest częścią).

kontakt:

Kuba Antoszewski

Millward Brown

Nowoursynowska 154a

02-797 Warszawa

Kuba.Antoszewski@millwardbrown.com

+48 54 52 000

Millward Brown

Millward Brown (www.millwardbrown.com) to jedna z wiodących światowych agencji badawczych i ekspert w zakresie badań nad skutecznością reklamy, komunikacją marketingową, mediami i siłą marek. Stosując zintegrowany zestaw sprawdzonych rozwiązań badawczych – tak jakościowych, jak i ilościowych – Millward Brown pomaga swoim klientom budować silne marki i usługi. Firma Millward Brown posiada ponad 78 biur w 54 krajach. W skład struktury Millward Brown wchodzi ponadto: Global Media Practice (jednostka organizacyjna badająca skuteczność mediów), The Neuroscience Practice (metody neuroscience wspomagające tradycyjne techniki badawcze), Millward Brown Optimor (wspiera klientów w maksymalizacji zysków z inwestycji w marki i działania marketingowe), Dynamic Logic (światowy lider badań nad skutecznością marketingu w mediach cyfrowych) oraz Firefly (globalna jednostka specjalizująca się w badaniach jakościowych). Millward Brown jest częścią Kantar – doradczo-informacyjnej grupy działającej w ramach WPP.

W Polsce Millward Brown (www.millwardbrown.com/pl) działa od 1990 roku (poprzednia nazwa SMG/KRC Poland). W ciągu ponad dwudziestu lat swojej działalności stał się jednym z największych ośrodków badań marketingowych w Polsce i na całym obszarze Europy Środkowej i Wschodniej.

Firma specjalizuje się w: badaniach komunikacji masowej i kondycji marek (pre-testy, post-testy reklam, trackingi, badania strategii i kondycji marek), zaawansowanych badaniach jakościowych, badaniach mediów. Najlepiej znane projekty prowadzone przez Millward Brown w Polsce to: Target Group Index (studium konsumpcji marek i mediów), PBC (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru czytelnictwa prasy), Radio Track (drugi co do wielkości w Europie system pomiaru słuchalności radia), CAPIBUS, Net Track - badanie użytkowników polskiego Internetu, panel internetowy IBIS.

Polski oddział Millward Brown posiada dedykowany instytutom badania rynku i opinii międzynarodowy certyfikat jakości ISO 20252.