

Magida Sukkari pomůže rozvíjet zahraniční aktivity Nielsen Admosphere

Od dubna 2016 rozšířila tým zabývající se zahraničními aktivitami společnosti Nielsen Admosphere Magida Sukkari. Nastoupila na pozici International Business Development Director.



Magida Sukkari má od 1. 4. 2016 ve výzkumné agentuře Nielsen Admosphere na starosti mimo jiné rozvoj dalších výzkumných aktivit a rozšíření klientského servisu zejména na bulharském trhu. Velkou část své kapacity bude Magida věnovat komunikaci s lokálními klienty přímo v Bulharsku, zaměří se na rozvoj dalších služeb v rámci měření sledovanosti televize, rozvoj monitoringu reklamních investic Ad Intel, inovace v oblasti výzkumů poslechovosti rozhlasových stanic nebo rozvoj nabídky marketingového výzkumu, ale i na používání softwarových nástrojů Nielsen Admosphere (Adwind Kite).

Magida Sukkari má téměř dvacetiletou zkušenost z oblasti mediálních výzkumů nejen v České republice. Do Nielsen Admosphere přišla z pozice výzkumného manažera v Českém rozhlase. Dříve zastávala pozici New Business Development Director v mediální agentuře OMG. Řadu let působila ve společnosti Median, spolupracovala na výzkumu spotřebního chování Media-Market-Lifestyle (MML-TGI), výzkumu čtenosti tisku Media projekt, výzkumu poslechovosti rádií Radioprojekt a dalších výzkumných projektech pro zadavatele, mediální a reklamní agentury, rádia, televize a vydavatelství v České republice a na Slovensku. Spolupracovala také s týmy TGI v jiných, zejména evropských zemích.

Nielsen Admosphere se bulharském trhu pohybuje od roku 2012 a strategií společnosti pro tento region je kromě realizace kvalitního elektronického měření televizní sledovanosti další rozšíření portfolia produktů a služeb.

Pavla Chlebounová | PR Specialista

pavla.chlebounova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy Ad Intel, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.