

## Zajištění, realizace a výstup výzkumu dle níže uvedených požadavků 1.8.-30.11. 2019

**Uchazeč je oprávněn zasahovat pouze do žlutě označených polí (vyplnit či aktualizovat údaje dle níže uvedených pokynů)**

<u>Typ výzkumu:</u>	kombinace kvantitativního a kvalitativního
<u>Periodicita:</u>	<b>1. vlna sběru dat: 12.8.-16.8. 2019</b> <b>2. vlna sběru dat: 1.10. - 14.10. 2019</b>
<u>Místo sběru:</u>	ve všech 14 krajích v ČR
<u>Zaměření:</u>	odpovědi veřejnosti, případně zákazníků (budou-li náhodnou součástí vzorku)
<u>Metoda sběru dat:</u>	online a telefonicky
<u>Cílová skupina a výběr vzorku:</u>	primární: ženy 25 - 45 let v rolích nastávající matky nebo matky malých dětí nebo matky v rodině sekundární: OSVČ/podnikatelé, chronicky nemocní, zdravotnický segment / lékaři <b>s rovnoměrným rozložením mezi metodami sběru dat 50% online : 50% telefonicky</b> <b>rovnoměrné rozložení po všech 14 krajích ČR</b>
<u>Požadavek na výběr vzorku:</u>	<b>Image</b> - Top of Mind, vnímání společnosti OZP, povědomí o značce OZP (spontánní či navozená znalost značky OZP)
<u>Zaměření výzkumu a požadované výstupy:</u>	<b>Reklama</b> - povědomí o reklamě, dopad reklamy (pretest, posttest), hodnocení reklamy z pohledu kreativy (včetně předložení ukázek kreativy), testování sdělení a klíčových prvků reklamy, použitý mediatyp, reakce na reklamní kampaň, deklarace/motivace ke změně zdravotní pojišťovny <b>Spotřebitel</b> - uvažuje o změně zdravotní pojišťovny? Pokud ano, z jakého důvodu uvažuje o změně či z jakého důvodu přešel? <b>Produkty, trh, konkurence</b> - znalost některých z benefitů OZP, znalost Vitakarty (online portál nebo aplikace OZP) <b>Minimální počet garantovaných otázek: 10 v rámci online sběru dat a 6 v rámci telefonického sběru dat</b> Doporučený počet otázek za OZP: 10-12 Konkrétní skladba otázek výzkumu bude navržena Poskytovatelem a odsouhlasena po konzultaci s OZP. PPT / Powerpoint + Excel elektronickou formou; prezentace výsledků dat Poskytovatelem v sídle OZP <b>Výsledky uvedeny jako celkové + členěné po všech 14 krajích ČR</b>
<u>Formulace konkrétních otázek a jejich počet:</u>	
<u>Výstup a dodání podkladů:</u>	
<u>Termín dodání kompletních podkladů:</u>	31.10.2019
<u>Termín dodání podkladů za první sběr dat:</u>	30.8.2019

Velikost reprezentativního vzorku v rámci ČR pro účely výzkumu	Metody sběru dat	Rozložení mezi metodami sběru dat	Počet garantovaných otázek	Nabídková cena v Kč bez DPH
1 000	online + telefonicky	50% + 50%	10	121 121

Celková nabídková cena v Kč bez DPH

121 121

### Poznámky

Výzkum se vztahuje primárně k plánované kampani v období 08-09/2019, která se bude realizovat ve všech běžných mediátypech (TV, tisk, radio, OOH, online).

Termíny sběru dat se mohou po dohodě s OZP změnit na základě doporučení a s ohledem na efektivnější sběr dat a jejich využití pro výzkum a jeho výsledky.

V případě telefonického sběru dat není možné názorně ukázat kreativitu/inzerici, tudíž bude součástí pouze online sběru dat. V případě telefonického sběru dat bude tedy dotazování na znalost kreativy OZP bez názorné ukázky.