

Balíkovna: překážky RET využití v e-commerce a jejich relativní síla

Specifikace zadání

1 Východiska a cíle šetření

ČP pokračuje v budování svého sub brandu Balíkovna, pracuje na jeho produktové optimalizaci a rozvoji v oblasti komplexní obsluhy zákazníka a usiluje o růst jeho penetrace na trhu. Protože jsou služby Balíkovny primárně navázány na dynamický trh doručovacích služeb v rámci e-commerce, jakkoliv je zprostředkovaný ve formě internetového obchodu jako mezičlánek, je třeba věnovat tomuto bodu interakce s klientelou maximální pozornost a v kontextu logistické obsluhy a její prezentace v rozhraní e-shopu realizovat prospěšná opatření. Problém: Penetrace Balíkovny v e-commerce se však drží hlouběji pod očekáváními.

Cílem chystané výzkumné akce je shromáždit a otestovat všechny relevantní a podstatné překážky či obecné činitele, které se v daném konkurenčním prostředí na využívání Balíkovny podílejí, stanovit relativní sílu jejich dopadu a předat doporučení dalšího pozitivního postupu, jehož úkolem je podpora využívání služby a retence její klientely.

2 Předmět šetření

Vycházíme z toho, že hlavním předmětem tohoto šetření budou

- znalost služby a konkurence;
- využívání balíkových služeb se zaměřením na odnosné zásilky a srovnatelné služby konkurence;
- TRI*M index služby (a konkurence);
- TRI*M značky (a konkurenční značky);
- preference atributů služby;
- spokojenost s atributy služby v kontextu tržní konkurence;
- motivátory využívání služby v kontextu tržní konkurence – spontánní i navozené;
- blokátory využívání služby v kontextu tržní konkurence – spontánní i navozené;
- zákaznické hodnocení hlavních uzlových bodů zkušenosti využívání služby;
- test potenciálu vybraných inovací.

3 Cílová skupina

Cílovou skupinou reprezentativního šetření jsou osoby z řad běžné populace ČR ve věku 16+, které splňují následující podmínky:

- nakoupily v posledním měsíci zboží na e-shopu (s výjimkou potravin Rohlík, Tesco atd.) a
- z posledních 10 nákupů na e-shopu využily aspoň jednou doručení zboží na výdejní místo v podobě pobočky doručovací společnosti, externího výdejního místa či výdejního boxu (tím bude zajištěno, že ve výzkumu budou jak light, tak heavy users, což je pro zjišťování bariér žádoucí).

V rámci sběru dat budou dle vývoje situace v terénu učiněna žádoucí ad hoc opatření ve prospěch zajištění dostatečné báze specifické cílové skupiny příjemců odnosných zásilek z e-shopů.

4 Design řešení výzkumného úkolu

Výzkum bude realizován ve vazbě na RD 2021/02553, v podobě



5 Úkoly dodavatele

- tvorba dotazníku a konstrukce vzorku,
- sběr a analýza dat a syntéza vyblokovaných tematických oblastí zjišťování,
- detekce všech důležitých faktorů, které se podílejí na stupni využívání podání balíku v Balíkovně a stanovení jejich relativní síly,
- doporučení opatření vycházejících z výzkumných dat, která je na podporu retence potřebné učinit,
- tabulky v *.xlsx,
- datový soubor v *.sav,
- prezentace na půdě zadavatele, ev. online.