

Moje Balíkovna: identifikace registrovaných uživatelů

Specifikace zadání

1 Východiska, předmět a cíle šetření

ČP přednedávnem spustila novou registrační a funkcionální samoobslužnou platformu Moje Balíkovna. Tento nástroj uživatelům poskytuje snadný přehled o přijatých či podaných balíkových zásilkách do Balíkovny a jejich detailních informacích (kód pro vyzvednutí apod.) a funkčně možnost přípravy podání Balíku do Balíkovny samotné. S novou registrační platformou se zároveň pojí strategický záměr akvizice a potenciálního marketingového řízení vztahu s takto získanými registrovanými zákazníky, analogický např. systému Zákaznické karty ČP. Bezprostředně aktuálním podpůrným činitelem registrace nových uživatelů pak je časově omezená cena 10 Kč za balík do Balíkovny, doprovozená příslušnou kampaní.

Moje Balíkovna je už několik týdnů spuštěna a k současnému datu zahrnuje zhruba 70 tisíc registrovaných klientů. Zároveň se blíží konec podpůrné kampaně zlevněného podání a nastal čas se na takto získanou klientelu zaměřit, a získat směrodatná zjištění pro patřičný rozvoj aplikace v korespondenci s jejími potřebami a preferencemi. Tato pozitivní opatření je třeba opřít o znalosti, jež nám poskytne vhodně designovaný marketingový výzkum. Jeho první fází necht' je ohledání struktury a identifikace získané zákaznické masy.

Cílem této první výzkumné fáze je ucelený přehled klientské struktury v oblasti podacích/ příjímácích zvyklostí, praxe, preferencí a statusu a podnikatelské a socio-demografické identifikace. Operativním cílem fáze pak je směrodatný vstup pro nastavení vhodného samplingu pro fázi nadcházející, která se bude zabývat hloubkovým šetřením preferencí a hypotéz rozvoje platformy.

2 Cílová skupina a struktura vzorku

Cílovou skupinou šetření budou stávající registrovaní uživatelé webu Moje Balíkovna o celkové bázi $N = 1100$.

Výběrový soubor bude vycházet z příslušné klientské DTB a bude kopírovat reálné rozložení DTB v rozsahu $N=1000$. K tomu bude doboostován podvzorek silných podavatelů, kteří jsou v DTB zastoupeni méně, nicméně mají vysokou obchodní úlohu $N=100$.

3 Rámec hlavních úkolů dodavatele

Úkolem je zajištění kompletní dodávky uživatelského testování, jeho vyhodnocení a formulace směrodatných doporučení. Konkrétně tedy:

- tvorba dotazníku a jeho skriptování,
- sběr a analýza dat,
- přehledná a všezahrnující interpretace v podobě závěrečné zprávy, to v návaznosti na cíle šetření výše,
- datový soubor v *.sav a agregované datové tabulky v *.xlsx.

4 Design řešení výzkumného úkolu

Výzkum bude realizován ve vazbě na RD 2021/03612, v podobě

- metoda: kvantitativní uživatelské testování,
- velikost: [REDACTED]
- penetrace: [REDACTED],
- délka dotazníku: [REDACTED] min.