

Zajištění, realizace, výstup a vyhodnocení výzkumu pro OZP dle níže uvedených požadavků

Definice sběru dat	Specifikace výzkumu	Obsah a rozsah výzkumu	Jednotka	Počet	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH	Nabídková cena v Kč bez DPH
Výzkum metoda CAWI; použití některého z běžně dostupných panelů s minimální registrací 30.000 respondentů	Dotazování vlna 1: Proběhne před začátkem akvizičních kampaní v září, a to nejpozději do 25.08.2024, a to v počtu respondentů minimálně 1.000	Definice obsahu a otázek: Spontánní a podpořená znalost OZP a vybraných příspěvků OZP (minimálně 8); spontánní a podpořená znalost ostatních zdravotních pojišťoven; uvažování o změně zdravotní pojišťovny; asociace ke zdravotní pojišťovně OZP	Výzkum	1	32 016,00	32 016,00
Výzkum metoda CAWI; použití některého z běžně dostupných panelů s minimální registrací 30.000 respondentů	Dotazování vlna 2: Proběhne po skončení akvizičních kampaní v září, a to v období 01.10. - 31.10.2024, a to v počtu respondentů minimálně 1.000	Definice obsahu a otázek: Spontánní a podpořená znalost OZP a vybraných příspěvků OZP (minimálně 8); spontánní a podpořená znalost ostatních zdravotních pojišťoven; spontánní a podpořená znalost reklamy OZP a ostatních zdravotních pojišťoven; spontánní znalost obsahu komunikace OZP; spontánní znalost claimu OZP; využití mediátypů (zaznamenání kampaně OZP); jaká kampaň by motivovala ke změně ZP; hodnocení vizuálů OZP použitých v kampani (minimálně 5 atributů; minimálně 5 vizuálů); realizovaná změna zdravotní pojišťovny; asociace ke zdravotní pojišťovně OZP	Výzkum	1	34 006,00	34 006,00
Výzkum na základě oficiálních dat Nielsen Admosphere, AdIntel, AdMonitoring a dalších	Monitoring mediálních investic zdravotních pojišťoven na českém trhu za období 01/2022-09/2024	Přehled hrubých mediálních investic zdravotních pojišťoven v ČR po jednotlivých měsících a doplnění o odhad reálných investic; a to vše rozděleno po jednotlivých letech, měsících, mediátypech a zdravotních pojišťovnách.	Výzkum	1	9 720,00	9 720,00
Příprava a vyhodnocení dat	Požadovaná analýza	Výstup a minimální rozsah	Jednotka	Počet	Nabídková cena za jednotku v Kč bez DPH	Nabídková cena v Kč bez DPH
Příprava výzkumu	Detailní příprava otázek a schválení ze strany OZP; v případě požadavku úprava či úpravy otázek	Elektronický; Word nebo Excel	Příprava	1	12 960,00	12 960,00
Vyhodnocení výzkumu	Detailní vyhodnocení výzkumu obou vln, a to včetně socio-demografického profilu a klientství ke ZP u vzorku respondentů, TOP lines, detailního porovnání, shrnutí a doporučení pro komunikační strategii a přehledného zpracování v elektronické podobě; na vyžádání osobní odprezentování v sídle OZP	Elektronický; PPT + PDF + DATA EXCEL; minimálně 35 stran	Vyhodnocení	1	59 610,00	59 610,00

Celková nabídková cena v Kč bez DPH **148 312,00****Cíle výzkumu**

Cílem je zjistit aktuální brand awareness OZP (před a po kampani OZP a s odstupem po kampani); znalost kampaně OZP; znalost nebo povědomí o příspěvcích OZP; znalost vizuálů OZP; porovnání vizuálů OZP; povědomí o kampaních všech zdravotních pojišťoven; motivace ke změně zdravotní pojišťovny.