

Urząd Marszałkowski w Toruniu
Departament Polityki Regionalnej

Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia
na wykonanie badania pt.
**„Ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007 -2013”**

1.	Wstęp i uzasadnienie badania	2
2.	Cel badania.....	2
3.	Cele szczegółowe.....	2
4.	Zakres badania	3
5.	Metodologia i sposób organizacji badania.....	4
6.	Obszar badawczy	4
7.	Zakres głównych zadań wykonawcy badania	6
8.	Realizacja badania.....	6
9.	Wymagania dotyczące raportów	8
10.	Finansowanie projektu	9
11.	Dostępna wiedza	9

1. Wstęp i uzasadnienie badania

W terminie 25.07.2008r. – 29.09.2008 r. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego przeprowadzone zostało badanie pilotażowe „Metodologia badań dla działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych ze środków UE w Województwie Kujawsko-Pomorskim”, które miało stanowić punkt wyjścia do przeprowadzenia badania właściwego, zaplanowanego w Okresowym planie ewaluacji RPO WK-P na rok 2008 pn. „Ocena dotychczasowych działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez IZ i wykorzystanie ich wyników do dalszych działań przy wdrażaniu Planu Komunikacji RPO WK-P”. Zasadniczą rekomendacją w/w badania było wyłączenie zagadnień związanych z postrzeganiem marki i oceną kanałów dystrybucji informacji do osobnego marketingowego badania. W związku z powyższym podjęta została decyzja o zleceniu przebadania kanałów dystrybucji i określenia odbiorców działań informacyjnych i promocyjnych RPO WK-P.

2. Cel badania

Celem badania będzie: *ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.*

3. Cele szczegółowe

- określenie znajomości marki programu;
- zdefiniowanie pozycjonowania marki RPO WK-P (atrybuty emocjonalne, racjonalne, korzyści jakie daje marka, esencja marki);
- czym marka RPO WK-P powinna się wyróżniać?;
- zdefiniowanie głównych komunikatów, jakie marka RPO WK-P będzie kierować do poszczególnych grup docelowych;

- określenie koniecznego poziomu wydatków reklamowych w odniesieniu do poszczególnych grup docelowych;
- określenie kanałów komunikacji z poszczególnymi segmentami;
- analiza i ocena kanałów dystrybucji;
- określenie pozycji jaką zajmuje obecnie RPO WK-P w określonych grupach;
- określenie głównych kierunków promocji RPO WK-P;
- zidentyfikowanie barier i problemów występujących w przekazie informacji;
- oszacowanie możliwości i ograniczeń w prowadzeniu działań informacyjnych i promocyjnych programu;
- inne działania rekomendowane w ramach promocji marki;
- system badań i monitoringu siły marki.

4. Zakres badania

Zakres czasowy:

Badanie powinno obejmować okres, od dnia w którym zostały rozpoczęte działania informacyjne i promocyjne programu do chwili obecnej (tj. dnia wykonywania badania).

Zakres przedmiotowy:

Badanie dotyczyć będzie oceny potencjału rynkowego marki RPO WK-P w regionie.

Istotą badania powinno być określenie cech związanych z marką programu, a także instytucji odpowiedzialnej za jego realizację. Badania wizerunkowe powinny również odpowiedzieć na pytanie, które elementy wizerunku należy eksponować, aby zapewnić marce wyrazistość i wyróżnić ją na tle innych marek.

Zakres terytorialny:

Województwo Kujawsko-Pomorskie.

5. Metodologia i sposób organizacji badania

Od Wykonawcy badania oczekuje się przedstawienia spójnej koncepcji realizacji badania marketingowego. W zależności od przyjętej koncepcji dopuszczalne jest uszczegółowienie pytań i zagadnień badawczych zaproponowanych przez Zamawiającego

Ze względu na specyficzny charakter badania oczekuje się od Wykonawcy, że zaproponuje wszechstronne metody, techniki i narzędzia badania.

Zamawiający zastrzega jedynie konieczność użycia w badaniach zarówno metod jakościowych i ilościowych z uwzględnieniem technik wywiadów bezpośrednich i pośrednich.

Wykonawca powinien proponować odpowiedni zestaw metod i technik jakościowych jak i ilościowych. Oczekuje się także, że Wykonawca w ofercie przedstawi propozycje sposobu doboru próby badawczej, wielkość próby i opis jej struktury. Metodologia doboru i wielkość próby będzie jednym z istotnych czynników weryfikacji ofert. W realizacji badania Wykonawca będzie współpracował z Zamawiającym, a w szczególności z Biurem Ewaluacji RPO Departamentu Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu.

6. Obszar badawczy

Obszar badawczy obejmuje:

- Analizę oraz badanie marki/logo/produktów RPO WK-P pod kątem:
 - o Zrozumienia idei produktu, adekwatności, siły oddziaływania, unikalności;
 - o Ocena materiałów promocyjnych (broшуry, ulotki, gadżety itp.). W przypadku broszur i ulotek – ustalenie jakie formy są preferowane przez społeczeństwo (zawierające wiele informacji czy skrótowe? Jaki format? Jaki stopień szczegółowości?). W przypadku gadżetów promocyjnych – po które najchętniej sięgają mieszkańcy, które są przez nich wykorzystywane?

- Analizę znajomości marki, wizerunku marki oraz jej potencjału, a także “konkurencyjnych” dla RPO WK-P marek;
 - o Oszacowanie wiedzy społeczeństwa na temat funduszy europejskich (FE) /RPO. Zbadanie co teraz wiedzą (czego się dowiedzieli) mieszkańcy województwa i skąd pozyskali informacje na temat FE i RPO WK-P. Określenie rozpoznawalności logotypów FE/RPO.
 - o Określenie sposobu postrzegania funduszy europejskich/RPO WK-P (w zależności od grup odbiorców?)
 - o Ocena społecznego odbioru działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących FE i RPO WK-P. Zbadanie skuteczności działań promocyjnych (Jaki był dotychczasowy poziom dotarcia działań informacyjnych do mieszkańców województwa? Z jakich źródeł odbiorcy odebrali komunikat?).
- Analizę i określenie grup docelowych z podziałem na grupy demograficzne, behawioralne, instytucjonalne;
- Analizę kanałów dystrybucji
 - o Ocena społecznego zapotrzebowania na informacje związane z FE/RPO WK-P (w zależności od grup odbiorców). Określenie preferowanych źródeł wiedzy i sposobów dotarcia z informacją na temat FE/RPO WK-P. (Ocena standardowych i niestandardowych kanałów komunikacji – jak wydarzenia specjalne, konkursy).
- Ocenę możliwości informacyjnych i promocyjnych RPO WK-P

W wyniku przeprowadzonych analiz uzyskane zostaną odpowiedzi na m.in. następujące pytania:

- Jakie są silne i słabe strony pozycji konkurencyjnej RPO WK-P?
- Jakie są silne i słabe strony marki RPO WK-P?
- Jaką pozycję ma marka RPO WK-P w poszczególnych grupach docelowych?

- Jaką pozycję ma region kujawsko-pomorski na mapie wizerunkowej regionów w Polsce (gdzie jesteśmy i dokąd zmierzamy)?
- Jakie są silne i słabe strony dotychczasowej komunikacji marki RPO WK-P?

7. Zakres głównych zadań wykonawcy badania

Od Wykonawcy oczekuje się sprawnej i terminowej realizacji zadania oraz współpracy z Zamawiającym, w tym:

- opracowanie propozycji pytań, celów i zakresu badania,
- opracowanie metodologii, planu badania i monitoringu oraz jego realizacji,
- wybór narzędzi badawczych,
- realizowanie celów badania,
- zebranie danych koniecznych do analizy,
- przekazywanie Zamawiającemu udokumentowanych danych pierwotnych (transkrypcji wywiadów, wypełnionych ankiet itp.) otrzymywanych w procesie badawczym,
- prowadzenie i nadzorowanie procesu zbierania danych,
- informowanie koordynatora merytorycznego projektu o wynikach badania ,
- opracowywanie propozycji zmian,
- utrzymywanie bieżącego kontaktu z pracownikami projektu,
- sporządzeniu raportów z badania .

8. Realizacja badania

- 1) Wykonawca powinien zaproponować harmonogram prac nad badaniem, co będzie istotnym czynnikiem weryfikacji ofert.

- 2) Projektując harmonogram prac Wykonawca powinien zarezerwować dla Zamawiającego czas na konsultacje poszczególnych etapów badania.
- 3) Zamawiający zorganizuje również w swojej siedzibie spotkanie osób zainteresowanych badaniem marketingowym z Wykonawcą w celu uzgodnienia ostatecznej wersji raportu końcowego.
- 4) Projekt raportu wstępnego (metodologicznego) w formie elektronicznej, zawierającego wszystkie narzędzia badawcze zostanie przekazany Zamawiającemu w terminie nieprzekraczającym 7 dni od dnia podpisania umowy. Projekt raportu metodologicznego zostanie skonsultowany, a następnie Wykonawca przygotuje jego ostateczną wersję.
- 5) Zamawiający zastrzega termin na wykonanie badania i przekazanie raportu końcowego do dnia 10 lipca 2009 roku.
- 6) Na podstawie wyników przeprowadzonego badania Wykonawca przedstawi zestawienie wniosków i rekomendacji. Rekomendacje powinny zostać przedstawione w formie tabelarycznej określającej konkretne działania do podjęcia, horyzont czasowy, adresata oraz dodatkową nieuzupełnioną kolumnę na uwagi Zamawiającego.

Lp.	Problem	Rekomendacja	Ważność rekomendacji	Adresat rekomendacji	Przewidywany termin realizacji rekomendacji	Uwagi Zamawiającego
-----	---------	--------------	----------------------	----------------------	---	---------------------

- 7) Obowiązki Wykonawcy w zakresie realizacji badania oraz współpracy z Zamawiającym:
 - konsultowanie metodologii i narzędzi badawczych,
 - pozostawanie w stałym kontakcie z Zamawiającym (spotkania odpowiednio do potrzeb, kontakt telefoniczny oraz drogą elektroniczną, wyznaczenie osoby do kontaktów roboczych),
 - informowanie o stanie prac, pojawiających się problemach i innych zagadnieniach istotnych dla realizacji badania.

Realizacja badania będzie monitorowana przez Jednostkę Ewaluacyjną w Departamencie Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu.

9. Wymagania dotyczące raportów

Wykonawca badania będzie zobowiązany do przygotowania i skonsultowania z Zamawiającym dwóch raportów:

- 1) raportu wstępnego (metodologicznego) zawierającego koncepcję realizacji badania, opis metodologii badania oraz zidentyfikowane podstawowe obszary problemowe, które zostaną poddane analizie, narzędzia badawcze, plan analizy danych oraz szczegółowy harmonogram badania;
- 2) raportu końcowego badania, który musi zawierać:
 - a. streszczenie raportu w języku polskim i angielskim, (zawierające najważniejsze wyniki badania oraz wnioski i rekomendacje)
 - b. spis treści,
 - c. wprowadzenie,
 - d. opis zastosowanej metodologii oraz źródła, które zostały wykorzystane w badaniu,
 - e. opis wyników badania, ich analizy i interpretacje,
 - f. zestawienie wniosków i rekomendacji (z położeniem nacisku na zjawiska wymagające poprawy oraz wskazanie dobrych przykładów i usprawnień) w tabeli uzgodnionej wcześniej z Zamawiającym.
 - g. aneksy przedstawiające wzory ankiet/kwestionariuszy wywiadu itp. użytych w badaniu
- 3) ostateczna wersja raportu końcowego zostanie przygotowana w pięciu egzemplarzach oraz dodatkowo na płycie CD. Ponadto Zamawiający otrzyma od Wykonawcy skrótową prezentację raportu końcowego w programie PowerPoint.

Na wszystkich dokumentach związanych z przeprowadzanym badaniem należy zamieścić logo RPO WK-P, Województwa Kujawsko-Pomorskiego i Unii Europejskiej oraz informację:
Badanie współfinansowane przez Unię Europejską z EFRR oraz z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013

10. Finansowanie projektu

Badanie zostanie sfinansowane w ramach Osi Priorytetowej 8. - Pomoc Techniczna w ramach RPO WK-P na lata 2007-2013.

11. Dostępna wiedza

- Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl , www.mojregion.eu ,
- Szczegółowy opis osi priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 (Uszczegółowienie RPO) www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, www.mojregion.eu ,
- „Promocja i informacja ZPORR oraz RPO” – skrypt, www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, www.mojregion.eu ,
- Plan Komunikacji RPO WK-P 2007-2013.
- Raport końcowy z badania pt. „Metodologia badań dla działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych ze środków Unii Europejskiej w Województwie Kujawsko-Pomorskim”.

Dokumenty dostępne są na stronie internetowej: www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl
www.mojregion.eu, oraz w siedzibie Zamawiającego.