

## **Príloha č. 1**

### **Špecifikácia prieskumu**

#### **Cieľ prieskumu:**

Prieskum má za cieľ obsiahnuť tri základné okruhy:

#### **I. Vnímanie značky SP**

- Asociácie spájané so spoločnosťou SP.
- Atribúty pripisované spoločnosti SP.
- Pozitívne aspekty vnímania SP.
- Negatívne aspekty vnímania SP.
- Aká je osobnosť značky SP?
- Ako majú v súčasnosti ľudia zadané poštové služby, finančné služby, ostatné služby poskytované na SP a konkrétne spoločnosti, ktoré ich poskytujú ?
- Akú pozíciu má SP?
- Znalosť, popis a hodnotenie loga SP.
- Znalosť sloganu SP.
- Spontánna znalosť propagovaných produktov a služieb.
- Frekvencia využívania služieb a produktov SP.

#### **II. Vnímanie produktov SP**

- Kvalitatívne vnímanie produktov a služieb poskytovaných SP.
- Finančné služby (bankové, poisťovní).
- Integrované obslužné miesta občana.
- Služby mobilného operátora.
- Poštová karta.
- projekt E-KOLOK.
- Elektronické služby.
- Elektronické oznamovanie zásielok.
- Nové balíkové portfólio.
- Univerzálne služby.
- Postshop.

#### **III. Odporúčania**

- Odporúčania zamerané na rozvoj značky.
- Odporúčania zamerané na rozvoj produktov.

#### **1. Štruktúra prieskumu:**

- kvantitatívny reprezentatívny prieskum,
- kvalitatívny prieskum formou fokusových skupín (skupinových diskusií).

## 2.1 Kvalitatívna časť

<b>Počet diskusií</b>	<b>skupinových</b>	<b>3</b>
<b>Metóda</b>	<b>Osobne</b>	
<b>Regióny</b>	<b>1xBB, 1xBA 1xKE</b>	
Dĺžka skupinovej diskusie	90-120 min	
Moderátor	Skúsený psychológ	
<b>Cieľová skupina</b>	Užívatelia a neužívatelia poštových služieb	
<b>Timing</b>	10-15 pracovných dní	

## 2.2 Kvantitatívna časť

Cieľová skupina	<b>Ľudia vo veku 18-65 rokov,</b> reprezentatívne na populáciu	
Veľkosť vzorky	1000	
Dĺžka dotazníka	25 minút	
	Osobné dopytovanie za pomoci laptopov	
Metodológia	Kvóty: Pohlavie, vek, vzdelanie, veľkosť sídla a región	
	Dotazník bude obsahovať časť pre neužívateľov a časť pre užívateľov produktov a služieb Slovenskej pošty.	
Timing	30 pracovných dní	

## **2.4 Spolupráca pri PR aktivitách**

- uverejnenie PR tlačovej správy o výsledkoch prieskumu pod hlavičkou zhotoviteľa,
- účasť na tlačovej konferencii SP o stratégii Slovenskej pošty s účasťou zhotoviteľa,
- účasť Slovenskej pošty na odbornej konferencii pod záštitou zhotoviteľa – spoločné prezentovanie stratégie a noviniek.

## **2.5 Prezentácia a záverečný workshop**

- osobná prezentácia vrcholovému manažmentu SP dodaná vo formáte PowerPoint.
- osobná prezentácia vybraným manažérom SP dodaná vo formáte PowerPoint.