

Kraków, 07 sierpnia 2014 r.

## ZAPYTANIE OFERTOWE NR 3/2014

### 1. Przedmiot zapytania:

GRUPA INTERIA.PL sp. z o.o. sp. k. (dawniej: INTERIA.PL spółka z ograniczoną odpowiedzialnością) z siedzibą w Krakowie, os. Teatralne 9A, 31-946 Kraków dla potrzeb projektu pt. „Y - Custom” – *rzetelna wiedza w modelu SOLOMO - miejsce w sieci dla pokolenia Millennials/Z* realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, lata 2007-2013, Priorytet 1. *Badania i rozwój nowoczesnych technologii*, Działanie 1.4. *Wsparcie projektów celowych*, poszukuje wykonawców w zakresie realizacji następujących obszarów:

- a) **Badania jakościowe łączące eksplorację z oceną istniejących rozwiązań**
- b) **Ilościowe badanie segmentujące użytkowników i określające potencjał planowanego rozwiązania.**
- c) **Badanie jakościowe - analiza sposobu poruszania się po stronach www**

### *Zarys problemu:*

Z perspektywy stworzenia portalu dla młodych wyodrębniono następujące obszary badawcze:

- Brak potrzeby pogłębiania informacji u młodych ludzi.
- Dzielenie się treścią przez młodych ludzi.
- Chaos komunikacyjny i informacyjny współczesnych młodych.
- Nawigacja po treści w oczach młodych
- Segmentacja młodych
- Wszystko to w kontekście strategicznym poszukiwania grupy docelowej „Y - Custom” – *rzetelna wiedza w modelu SOLOMO - miejsce w sieci dla pokolenia Millennials/Z..*

### *Pytania badawcze:*

- Mechanizm odbioru przez młodych treści.
- Motywacje i przeszkody młodych w pogłębianiu treści.
- Motywacje młodych dzielenia się treściami i konsumpcji takich treści.

*„Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego”*



- Potrzeba dzielenia się treściami multimedialnymi.
- Kryteria atrakcyjności komunikacji online.
- Miejsce poczty e-mail w wielości narzędzi komunikacyjnych.
- Komunikacja wokół treści.
- Dopasowanie liczby treści, ich tematyki i poziomu szczegółowości.
- Potrzeby użytkowników względem nawigacji.
- Celem segmentacji ma być uzyskanie obrazu młodych internautów w Polsce, określenie wielkości poszczególnych segmentów (jak wielu jest mobilnych? Niemainstreamowych? Nakierowanych na rodzinę? Fejsbukowych? Kontra fejsbukowych? etc)

*W wyniku badań oczekujemy następujących rezultatów:*

1. Rekomendacja dla planowanej platformy z perspektywy:
  - Treści.
  - Sposobu komunikacji.
  - Budowy wizualnej i nawigacji.
2. Określenie przewag konkurencyjnych narzędzia i jego potencjału we wskazanych segmentach

*Minimalny zakres metody badawczej:*

*dotyczy podpunktu a) Badania jakościowe łączące eksplorację z oceną istniejących rozwiązań*

- min. 16 IDI in home, grupy wiekowe (16-19 i 20-25, K i M, conajmniej 2 lokalizacje), heavy users polskiego i zagranicznego internetu zarówno w komputerze jak i na smartfonie
- Dyskusja online min 4-dni - udział w internetowej dyskusji, poświęcony ocenie 4-5 stron (wybranych przez Interia) popularnych na świecie portali, przeznaczonych dla ludzi młodych

Prace obejmują:

- Przygotowanie badania
- Realizacja badania
- Przygotowanie raportu

*dotyczy podpunktu b) Ilościowe badanie segmentujące użytkowników i określające potencjał planowanego rozwiązania.*



- CAWI na próbie ogólnopolskiej min. 1000 osób, 16-25 lat

Prace obejmują:

- Przygotowanie badania
- Realizacja badania
- Przygotowanie raportu

*dotyczy podpunktu c) Badanie jakościowe - analiza sposobu poruszania się po stronach www*

- min. 20 IDI z użyciem technologii eye-tracking, grupy wiekowe (16-19 i 20-25, K i M, podział na tablet, laptop, smartfon, conajmniej 2 lokalizacje), heavy users internetu zarówno w komputerze jak i na smartfonie.

Planuje się, że badanie zostanie zrealizowane oraz zarejestrowane w terminie do końca września 2014 r.

## 2. Oferta powinna zawierać:

- a) cenę całościową netto,
- b) doświadczenie oferenta wyrażone liczbą zrealizowanych w 2012 r.; 2013 r. oraz 2014 r. jakościowych badań mediów ze szczególnym uwzględnieniem mediów elektronicznych, badań z elementami etnografii oraz analiz segmentacyjnych, w tym segmentacji, uwzględniających dane z różnych źródeł,
- c) opis zaplecza technicznego do prowadzenia badań będących przedmiotem zapytania ofertowego,
- d) termin ważności oferty,
- e) termin realizacji badań,
- f) pełną nazwę oferenta wraz z adresem lub siedzibą, numer telefonu kontaktowego oraz NIP,
- g) datę sporządzenia wraz z pieczętką i podpisem oferenta,
- h) oświadczenie oferenta następującej treści:

Oświadczam, że:

*Dysponuję odpowiednim potencjałem kadrowym i doświadczeniem do prowadzenia badań będących przedmiotem Zapytania Ofertowego nr 3/2014 z dnia 07 sierpnia 2014 r.*

*Liczba zrealizowanych w 2012 r., 2013 r. oraz 2014r. badań jakościowych mediów elektronicznych o podobnej specyfice wynosi ..... (uzupełnić). Liczba zrealizowanych w 2012 r.,*



2013 r. oraz 2014 r. badań jakościowych z elementami etnografii wynosi ..... (uzupełnić). Liczba zrealizowanych w 2012 r., 2013 r. oraz 2014 r. analiz segmentacyjnych wynosi .....

Posiadam zaplecze techniczne gwarantujące prawidłowe przeprowadzenie badań określonych w Przedmiocie Zapytania (pkt.1) do końca września 2014 roku oraz ich rejestrację TAK/NIE\* (\*niepotrzebne skreślić).

Posiadam certyfikaty PKJPA TAK/NIE\* i ISO 20252 TAK/NIE\* (\*niepotrzebne skreślić).

### 3. Opis sposobu przygotowania oferty:

- a) ofertę należy sporządzić w oryginale w języku polskim z zachowaniem formy pisemnej,
- b) treść oferty musi odpowiadać treści niniejszego zapytania ofertowego,
- c) oferta musi być kompletna i jednoznaczna,
- d) oferta musi być napisana na maszynie, komputerze lub przygotowana w inny trwały sposób oraz podpisana przez osobę uprawnioną do reprezentowania oferenta - zaleca się ponumerowanie wszystkich stron oferty,
- e) oferta powinna być trwale spięta.

### 4. Kryteria wyboru oferty:

W ramach niniejszego Zapytania Ofertowego planowany jest wybór oferenta, który złoży najkorzystniejszą ofertę. Za najkorzystniejszą ofertę zamawiający uzna taką, która uzyska najwyższą liczbę punktów spośród ofert podlegających ocenie. Ocena dokonana zostanie przez Komisję, w skład której wchodzić będą przedstawiciele realizatora Projektu. Ocena dokonana przez Komisję ma charakter ostateczny.

*Przy ocenie składanych ofert, stosowane będą następujące kryteria:*

- a) całkowita cena netto – **waga max. 50 pkt**

*sposób przeliczania  $C_{min}/C_{of} * 50$  pkt*

*gdzie:*

*$C_{min}$  – cena najniższej oferty*

*$C_{of}$  – cena badanej oferty*



b) Doświadczenie w badaniach eyetracking - liczba badań przeprowadzonych w Polsce z wykorzystaniem eye-tracking w latach 2012, 2013 i 2014, w tym badań obejmujących jednostkowo powyżej 100 respondentów – **waga max. 15 pkt**

*sposób przeliczania (LB/LM) \* 15 pkt*

*gdzie:*

*LB – liczba badań oferty badanej*

*LM – liczba badań oferty z maksymalną liczbą badań*

c) doświadczenie w jakościowych badaniach z elementami etnografii – liczba przeprowadzonych badań jakościowych z elementami etnografii w 2012 r., 2013 r. oraz 2014r. – **waga max. 15 pkt**

*sposób przeliczania (LB/LM) \* 15 pkt*

*gdzie:*

*LB – liczba badań oferty badanej*

*LM – liczba badań oferty z maksymalną liczbą badań*

d) doświadczenie w analizach segmentacyjnych – liczba przeprowadzonych analiz segmentacyjnych w 2012 r., 2013 r. oraz 2014r. – **waga max. 10 pkt**

*sposób przeliczania (LB/LM) \* 10 pkt*

*gdzie:*

*LB – liczba badań oferty badanej*

*LM – liczba badań oferty z maksymalną liczbą badań*

e) posiadanie certyfikatów potwierdzających realizację projektów wg standardów PKJPA i ISO 20252 – **waga max. 5 pkt**

*sposób przeliczania: PKJPA Tak – 5 pkt Nie – 0 pkt; ISO 20252 Tak – 5 pkt Nie – 0 pkt*



f) posiadanie sprzętu i oprogramowania do eyetrackingu mobilnego: – **waga max. 5 pkt**

1. Okulary do Eye Trackingu wyposażone w zewnętrzną kamerę HD i umożliwiające śledzenie obu gałek ocznych (tj. wyposażonych w dwie kamery służące do pomiaru ruchu gałek ocznych) o częstotliwości próbkowania minimum 60 Hz.
2. Oprogramowanie do obróbki danych eye trackinowych umożliwiające eksport:
  - a. wyników liczbowych: zauważalność, liczba fiksacji na danym obszarze, długość fiksacji w obszarze, czas obserwacji danego obszaru;
  - b. wizualizacji: indywidualnych ścieżek spojrzeń na wskazanych obrazach referencyjnych oraz map ciepłych prezentujących zagregowane wyniki wielu esponentów również w odniesieniu do stron zawierających elementy ruchome - pop ups).

#### 5. Miejsce i termin składania ofert:

Oferty w zaklejonej i opisanej kopercie z dopiskiem „Oferta – badania ZO 3/2014 Y-custom” należy składać osobiście lub za pośrednictwem poczty/kuriera do dnia **26 sierpnia 2014 r.** do godziny **17.00** (decyduje data wpływu) w siedzibie pod adresem:

**GRUPA INTERIA.PL sp. z o.o. sp. k.**

**os. Teatralne 9a**

**31-946 Kraków**

**Dział Obsługi Funduszy**

#### 6. Osoba do kontaktu:

W celu uzyskania dodatkowych informacji merytorycznych prosimy o kontakt:

Ewa Wróbel - tel. 12 646 27 12; e-mail: [ewa.wrobel@firma.interia.pl](mailto:ewa.wrobel@firma.interia.pl)

#### 7. Rozstrzygnięcie postępowania:

- a) oferty nie spełniające warunków udziału w postępowaniu zostaną odrzucone,
- b) zamawiający ma prawo zakończyć postępowanie bez wyboru oferenta,
- c) zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania bez podania przyczyny,



- d) z oferentem, który złoży najkorzystniejszą ofertę zostanie podpisana umowa wykonania badań stanowiący przedmiot zapytania ofertowego,
- e) w przypadku uchylania się od podpisania umowy wyłonionego oferenta, umowa może zostać podpisana z następnym w kolejności oferentem.

#### 8. Postanowienia końcowe:

W kwestiach nieuregulowanych niniejszą specyfikacją zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego oraz inne dokumenty prawnie obowiązujące.