

ТЕХНИЧЕСКО ЗАДАНИЕ

Провеждане на социологическо проучване и измерване на резултатите относно ефективността на проведени целеви събития/ дейности на пазарите в САЩ, Канада, Япония и България

Основни въпроси:

- Какъв е ефектът от всяко от проведените специализирани срещи-събития за популяризиране на български вина в САЩ, Канада и Япония?
- Как се променя отношението на потенциалните клиенти към промотираните вина, в резултат на проведените срещи- събития?
- Какъв е бизнес-интересът към промотираните вина, след проведените събития?
- Кои срещи-събития са с по-високо постигнат ефект, в сравнителен план, по ключови показатели? (създаване на базова информация за измерване на ROI на всяка среща/ събитие и цялостно за проекта)

Основни индикатори за оценка

В рамките на изпълнение на предложената от кандидата програмата за оценка на резултатите, е препоръчително да се следят два типа индикатори – „твърди“ и „меки“, с цел постигане по-пълна картина и дълбочина на последващия анализ.

Твърди показатели:

- Общ брой участници в събитието/изложението;
- Участници, с които е осъществен контакт, в рамките на събитието;
- Непосредствена обратна връзка от участниците в събитието;
- Брой допълнителни контакти и последващи разговори;
- Други показатели, съгласувани с възложителя, спрямо формата на конкретните събития и нивото на постигнатите бизнес - преговори.

„Меки „показатели:

Ниво на обща информираност за българските вина;

- Отношение към вината - засичане на „нулево ниво“.
- Оценка на промяната - отношение към вината на база проведените срещи и дегустации.
- Ниво на интерес към българските вина;
- Склонност към допълнителни бизнес - контакти;

Методология на оценката:

С цел постигането на поставените цели и достигане до желаното ниво на анализ, е необходимо да се добие информация за „твърдите“ и меките показатели.

По отношение на „меките“ показатели, ще се ползва информация от официалната статистика на събитието. Очаква се изпълнителят да предложи механизъм /форма/ за систематизиране на информация за посетителите и осъществените контакти.

За достигането на меките показатели, изпълнителят ще създаде, за всяко едно събитие, активна онлайн анкета за обратна връзка на английски език. Обратната връзка от всяко събитие ще бъде анализирано индивидуално, а впоследствие ще се анализира и цялата обратна връзка, общо за първо и второ замерване.

Етапи на проекта

Основните етапи на проект

Етап 1: Разработване на инструментариум - механизми, форма за постигане на твърдите данните и създаване на въпросник за обратната връзка.

Етап 2: Добиване на информацията за първото замерване - период 2020г

Етап 3: Анализ на резултатите от първото замерване.

Етап 4: Добиване на информацията за второто замерване - период 2021г.

Етап 5: Добиване на информацията за второто замерване - период

Етап 6: Анализ на резултатите от третото замерване.2022г.

Предложена цена, без ДДС за всеки от етапите

Етап1: Подготвителен

Етап 2: Добиване на информацията първи период - 2020

Етап 3: Анализ на първия период - 2020

Етап 4: Добиване на информацията втори период - 2021

Етап 5: Анализ на втория период 2021 и оценка на проекта

Етап 6: Добиване на информация за втори период – 2022

Етап 7: Анализ на втория период 2022 и оценка на проекта II период. Изготвяне на обобщен анализ

Общо цена на проекта за всеки от периодите.