

## Realizare studiu strategie de comunicare 112

I.D.: 31627163

---

Data publicarii	30.10.18	Coduri CPV	79311100-8
Termenul limita pentru depunere:	31.10.18	Pretul estimativ:	134.450,00 RON

---

Descriere: Prestare servicii de realizare studiu/strategie de marketing pentru realizarea unor studii calitative si cantitative axate pe zona urbana, cu privire la perceptiile, motivatiile in folosire, nivelul de intelegere din partea publicului referitoare la serviciul 112, precum si evaluarea imaginii si a nivelului de performanta al acestuia. Studiul va include si analiza asupra concluziilor studiilor efectuate, astfel incat sa se poata determina metoda de abordare pentru strategia de comunicare, necesara pentru realizarea caietului de sarcini aferent solutiei propuse, in vederea atingerii obiectivului stabilit, de reducere a apelurilor,,non-urgente". Studiul va contine: - realizarea unei analize initiale asupra unui set de informatii anonimizate care vor fi puse la dispozitie de STS cu privire la cazuistica apelurilor non-urgente, pentru a determina atat cauzele cele mai importante si ponderea lor in apelurile nejustificate cat si publicul care trebuie adresat/educat cu privire la folosirea serviciului 112, analiza ce va sta la baza studiilor aprofundate (calitativ si cantitativ) detaliate mai jos; - realizarea unui studiu calitativ pentru intelegerea perceptiilor referitoare la serviciul 112 si a motivatiilor in folosire in care vor fi acoperite minim 5 orase, cu cate doua focus-grupuri (18-34 ani, respectiv 35-55 ani, care au apelat si care nu au apelat serviciul de urgenta) si se vor parcurge toate etapele uzuale, conform standardelor de cercetare, de la recrutare relevanta, la moderare si articularea concluziilor. - realizarea in baza concluziilor analizei initiale si a studiului calitativ, a unui studiu cantitativ, reprezentativ la nivel national, pentru a determina nivelul intelegerii serviciului 112 din partea publicului si pentru evaluarea imaginii sale si a perceptiei de performanta, care va contine minim 500 de chestionare adresate unui public intre 18-55 ani, din mediul urban, reprezentativ la nivel de regiune, sex si varsta; - realizarea unei analize complexe asupra concluziilor studiilor, pentru a determina metoda de abordare pentru strategia de comunicare, care sa adreseze aspectele identificate, sa promoveze si sa ajute la constientizarea responsabilitatilor serviciului 112 de a trata cu operativitate apelurile de urgenta si a efectului negativ al apelurilor non-urgente, care genereaza intarzieri in preluarea urgentelor reale.

---