

## **Servicii de studii de piață**

I.D.: 6587172

---

Data  
publicarii 02.06.15

Coduri CPV

79310000

---

Termenul  
limita  
pentru  
depunere: 07.07.15 23:59

---

---

**Descrivi:** Gegenstand der Ausschreibung ist eine gesamtschweizerische, repräsentative Umfrage zum Bekanntheitsgrad und dem Image der Marke EnergieSchweiz sowie der jeweiligen Kampagnen. Mit der Befragung sollen die nachfolgend beschriebenen Punkte untersucht werden: 1. Bekanntheit von EnergieSchweiz; 2. Image von EnergieSchweiz; 3. Bekanntheit der Kampagne XY; 4. Image der Kampagne XY; 5. Reminiszenz der Kampagnen; 6. Themenspezifische Fragen zur Kampagne; 7. Soziodemografische Merkmale; 8. Motivation zum Energie sparen; 9. Interesse an Energiethemen; 10. Verhaltensveränderungen; 11. Welche Art der Information ist gewünscht. Die Liste ist nicht abschliessend. Die Erarbeitung des Fragebogens (max. 35-40 Fragen) erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Personen der Geschäftsstelle von EnergieSchweiz und wird jeweils den laufenden Kampagnen/Aktivitäten angepasst. **Leistungsübersicht:** Der Auftragnehmer erbringt folgende Leistungen: — Methodologische Konzeption, Erarbeitung und laufende Anpassung des Fragebogens; — Alle Übersetzungen des Fragebogens in die anderen Landessprachen (de, fr, it); — Programmierung des Fragebogens; — Interner Pretest des Fragebogens; — Stichprobenerhebung; — Persönliches Briefing der Befragungsequipe; — Durchführung der telefonischen Befragung respektive der Online Umfrage in der jeweiligen Landessprache (de, fr, it); — Nachbearbeitung des Datensatzes und Plausibilitätstests; — Detaillierte und zeitgerechte Berichterstattung inkl. Management Summary; — Einschätzung der Resultate im Vergleich zu ähnlichen Umfragen. **Methodologie:** Der Anbieter bietet Dienstleistungen für Marktforschung an, welche dem aktuellsten Stand der Technik sowie den heutigen Erkenntnissen aus der Marktforschung entsprechen und ist in der Lage, Auswertungen anhand soziodemografischen Beschreibungen von Zielgruppen vorzunehmen. Der Auftrag beinhaltet telefonische Befragungen (CATI— Computer Assisted Telephone Interview) sowie Online Umfragen. Die Fehlerquote für 1 000 Interviews liegt bei max.  $\pm 3\%$ . **Stichprobe:** Die Stichprobe der Befragungen muss so gezogen werden, dass die Resultate repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 bis 74 Jahren in allen Landesteilen der Schweiz ausfallen. Bei der einmaligen Stichprobenziehung ist zu beachten, dass eine möglichst gleichmässige Verteilung der Probanden über alle Altersgruppen gewährleistet ist. **Mengengerüst:** Grundleistung 2015 und 2016: 3 000 Interviews und 10 Online Umfragen. Optionen 2017— 2021: Nach Bedarf EnergieSchweiz. Maximal 12 000 Interviews und 43 Online Umfragen. **L'objet de la présente soumission est la réalisation d'une enquête à l'échelle nationale sur la notoriété et l'image de la marque SuisseÉnergie ainsi que de ses campagnes. Le sondage devra examiner les points décrits ci-après:** 1. Notoriété de SuisseÉnergie. 2. Image de SuisseÉnergie. 3. Notoriété de la campagne XY. 4. Image de la campagne XY. 5. Réminiscence des campagnes. 6. Questions spécifiques au thème de la campagne. 7. Caractéristiques sociodémographiques. 8. Motivation à économiser de l'énergie. 9. Intérêt aux thèmes de l'énergie. 10. Changements de comportement. 11. Type d'information souhaité. La liste n'est pas exhaustive. **L'élaboration du questionnaire (max. 35 à 40 questions) se fait en étroite collaboration avec les personnes responsables du service SuisseÉnergie. Il est par ailleurs adapté en fonction des campagnes/activités en cours.** **Aperçu des prestations:** Le soumissionnaire fournit les prestations suivantes: — conception méthodologique, élaboration et adaptation permanente du questionnaire, — toutes les traductions du questionnaire dans les autres langues nationales (a, f, i), — programmation du questionnaire, — prétest interne du questionnaire, — échantillonnage, — briefing personnel de l'équipe d'enquête, — réalisation de l'enquête téléphonique ou en ligne dans la langue nationale correspondante (a, f, i), — traitement ultérieur des données et tests de plausibilité, — compte rendu détaillé et dans les temps, y compris Management Summary, — évaluation des résultats par comparaison avec d'autres enquêtes semblables. **Méthodologie:** Le soumissionnaire fournit des prestations pour l'étude de marché qui correspondent à l'état actuel de la technique ainsi qu'aux connaissances actuelles en matière d'études de marché et s'avère en mesure de réaliser des évaluations sur la base de descriptions socio-démographiques de groupes-cibles. Le marché englobe des enquêtes téléphoniques (CATI: computer assisted telephone interview) ainsi que des enquêtes en ligne. Le taux d'erreur pour 1 000 interview se situe au maximum à  $\pm 3.0\%$ . **Échantillon:** L'échantillon de l'enquête doit être sélectionné de manière à ce que les résultats soient représentatifs pour la population âgée de 15 à 74 ans dans toutes les zones linguistiques de Suisse. Dans la sélection unique de l'échantillon, on veillera à ce que la distribution des personnes interrogées soit autant que possible régulière dans tous les groupes d'âge. **Structure de quantité:** Prestation de base 2015 et 2016: 3 000 interviews et 10 enquêtes en ligne. Options 2017— 2021: en fonction des besoins de SuisseÉnergie. Au maximum 12 000 interviews et 43 enquêtes en ligne.

---