**WZÓR BRIEFU W 3 MODELU PRZETARGU NA BADANIA**

|  |  |
| --- | --- |
| **Data:** |  |
| **Firma:** |  |
| **Marka / marki:** |  |
| **Brief przygotowany przez:** |  |
| **Stanowisko:** |  |
| **Kontakt:** |  |
| **BRIEF NA ZADANIE PRZETARGOWE WERYFIKUJĄCE KOMPETENCJE AGENCJI**  Brief w tym modelu przetargu zawiera zadanie, które pozwala zweryfikować kompetencje Agencji, ale nie generuje wysokich kosztów wewnętrznych lub zewnętrznych Agencji, np. w postaci nieodpłatnych badań, chyba że Klient zleca je w przetargu i za nie płaci.  Zadaniem przetargowym dla Agencji może być na przykład:  • prośba o przygotowanie szczegółowego projektu badania adresującego typowy problem biznesowy, marketingowy w kategorii produktowej, której dotyczyła będzie współpraca. | |
| **Wprowadzenie** (opis sytuacji rynkowej, konkurencja, tło dla problemu): | |
|  | |
| **Cele biznesowe / cele badawcze** – jaką decyzję biznesową potrzeba podjąć, co zweryfikować? | |
|  | |
| **Osoby badane:**   * opis osób, od których będziemy zbierali informacje (dane demograficzne i psychograficzne), * liczba osób (wielkość próby w przypadku badań ilościowych).   **Chyba, że Klient oczekuje, by Agencja zarekomendowała rodzaj i wielkość próby.** | |
|  | |
| **Metodologia** – sugerowana przez Klienta lub do zaproponowania przez Agencję: | |
|  | |
| **Miejsce / lokalizacja badania** – chyba, że Klient oczekuje, by zarekomendowała je Agencja: | |
|  | |
| **Czas realizacji – na kiedy potrzebny jest topline i raport z badania:** | |
|  | |
| **Inne wymagania:** | |
|  | |
| **INFORMACJE FORMALNE** | |
| **Kryteria oceny ofert i wyboru Agencji:** | |
|  | |
| **Harmonogram przetargu:** | |
|  | |
| **Oczekiwany sposób prezentacji oferty (miejsce, czas, forma, język):** | |
|  | |