
Place branding strategie hl. m. Prahy: Předběžná tržní konzultace

Vážený účastníku, připravte se prosím na zodpovězení následujících otázek během předběžné tržní konzultace:

- 1) Poskytuje vaše společnost v rámci svých služeb:
 - a) kvantitativní analýzu?
 - i) Pokud ano, na co se zaměřujete a čím se lišíte od ostatních konkurentů na trhu?
 - b) kvalitativní průzkum?
 - i) Pokud ano, jaký je jejich rozsah? Na základě čeho vybíráte respondenty (věk, pohlaví, národnost, místo bydliště, zaměstnání atd.)? Provádíte je prostřednictvím dotazníků, focus groups nebo osobně?
- 2) Přípravovali jste někdy kompletní strategii budování značky pro město nebo zemi?
 - a) Pokud ano, kdo byl vaším klientem a jaký byl přesně rozsah vašich služeb?
 - b) Pokud ne, s jakými částmi "cesty" budování značky máte zkušenosti s jejím poskytováním (výzkum, strategie, implementace atd.) a o jaké případové studie se s námi můžete podělit?
- 3) Jaké všechny nezbytné kroky je třeba zvážit při formulování nové strategie?
- 4) V čem je vaše řešení lepší / jiné / jedinečné ve srovnání s konkurencí?
- 5) Jaké je cenové rozpětí vašich služeb?
- 6) Jakým způsobem řídíte zapojení stakeholderů (v jaké fázi projektu to děláte, jaký je formát atd.)?
- 7) Jaké klíčové ukazatele výkonnosti (KPI) máte nastaveny pro hodnocení úspěšnosti strategie?
- 8) Myslíte si, že má smysl spojit celý projekt do komplexního výběrového řízení pro jednoho poskytovatele, nebo je vhodnější rozdělit jej na různé části, jako je kvantitativní výzkum / kvalitativní výzkum / strategie / hodnocení?
- 9) Je pro vás přijatelné, abyste byli v rámci výběrového řízení požádáni o provedení vzorového úkolu?

- 10) Jaká konkrétní/jiná hodnotící kritéria považujete za vhodná pro použití v připravovaném výběrovém řízení a proč?
- 11) Jaké informace by neměly v zadávací dokumentaci chybět, aby byl naplněn účel veřejné zakázky?
- 12) Jak dlouhou dobu považujete za dostatečnou pro zpracování nabídky?