



ΔΗΜΟΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟΥ Α.Ε.
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΥΛΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

ΔΙΑΚΗΡΥΞΗ : ΔΥΠ 51720013
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : 10.03.2020

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ : Νο 1
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ :

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Παροχή Υπηρεσιών Έρευνας Αγοράς

1. Το παρόν Συμπλήρωμα Νο 1 της Διακήρυξης εκδίδεται προκειμένου να:

- αντικαταστήσει το έντυπο οικονομικής προσφοράς (Τεύχος 2, Παράρτημα Ι της Διακήρυξης) με το συνημμένο,
- παρατείνει την ημερομηνία υποβολής των προσφορών από 26.03.2020 και ώρα 12:00 μ.μ. σε 31.03.2020 και ώρα 12:00 μ.μ.

2. Οι λοιποί όροι της αρχικής Διακήρυξης, που δεν τροποποιούνται με το παρόν Συμπλήρωμα Νο 1, παραμένουν ως έχουν.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι
(Τεύχος 2 της Διακήρυξης)

Έντυπο Οικονομικής Προσφοράς

	Σκοπός	Questions style	Ποσότητα	Προσφερόμενες τιμές μονάδας σε ευρώ		Συνολική Αξία (€)
				Ολογράφως	Αριθμητικά	
1	Γενικό NPS & churn analysis	Random calls- Ερωτήσεις έως 5; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	5			
2.	NPS ανά κανάλι εξυπηρέτησης (κατάστημα, call center, e-bill) ποιότητα & πιστότητα	Random calls- Ερωτήσεις έως 5; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	4			
3.	PPC price positioning and perceived "value for money", ΔΕΗ VS Ανταγωνισμό	Random calls- Ερωτήσεις έως 10; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	3			

4.	PPC branding & customer "bonding" ΔΕΗ vs. Ανταγωνισμός	Ερωτήσεις έως 10; multiple choice; ανοιχτές ερωτήσεις- Για 1500 άτομα	4			
5.	Needs & preferences for future PPC offering (other electricity offers, VAS)	Random calls- Ερωτήσεις έως 10; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	3			
6.	Αποδοχή νεοεισαγόμενων προϊόντων / services (new electricity offers, VAS). On call, μετά από κάθε λανσάρισμα προϊόντος/υπηρεσίας	Random calls- Ερωτήσεις έως 10; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	3			

7.	Needs & preferences για μελλοντική εμπορική στρατηγική της ΔΕΗ/ κανάλια επαφής με τον πελάτη (digital functionalities, retail footprint,)	Random calls-Ερωτήσεις έως 10; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	3			
		Συνεντεύξεις Πανελλαδικά -έξω από τα καταστήματα έως 10; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	3			
8.	Αξιολόγηση της οπτικής ταυτότητας της ΔΕΗ σε σχέση με τη στρατηγική του brand repositioning μόνη της & vs Ανταγωνισμό	Random calls-Ερωτήσεις έως 15; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα (ποσοτική έρευνα)	3			
		6 Focus Groups 8-10 ατόμων (ποιοτική έρευνα)	5			
9.	Αξιολόγηση επικοινωνιακών & διαφημιστικών δράσεων. ΔΕΗ vs	Random calls-Ερωτήσεις έως 15; Ανοιχτές & Multiple choice- Για 1500 άτομα	4			

	Ανταγωνισμό	6 Focus Groups 8-10 ατόμων (ποιοτική έρευνα)	2			
10.	In depth interviews με πελάτες Μέσης Τάσης	Ερωτήσεις – 15 ανοιχτές ερωτήσεις & Multiple choice- Για 150 πελάτες	3			
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ						

Ημερομηνία:.....

Ο Προσφέρων

Υπογραφή

Όνοματεπώνυμο, Τίτλος Υπογράφοντος

Σφραγίδα Οικονομικού Φορέα

- Επισήμανση:**
1. Όλα τα ποσά της οικονομικής προσφοράς σε Ευρώ πρέπει να αναγράφονται αριθμητικώς και ολογράφως στις κατάλληλες θέσεις. Σε περίπτωση διαφορών μεταξύ τους, θα υπερισχύουν οι ολόγραφες τιμές.
 2. Σε περίπτωση που το πραγματικό μέγεθος του δείγματος της έρευνας διαφοροποιείται από το αντίστοιχο του πίνακα, ο υπολογισμός της αντίστοιχης τιμής μονάδας θα γίνεται αναλογικά (πραγματικό μέγεθος δείγματος/ συμβατικό μέγεθος δείγματος * αρχική προσφερόμενη τιμή).