

FORMULARZ OFERTOWY
proszę nie zmieniać treści i układu formularza ofertowego

I. Nazwa i adres Zamawiającego

SWPS Uniwersytet Humanistyczno-społeczny
ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa
NIP: PL 118-01-97-245 REGON: 011947981
www.swps.pl

II. Nazwa i adres Oferenta

Nazwa: 4P Research Mix Sp. z o.o.
adres: 02-566 Warszawa, ul. Puławska 12A/5
numer tel.: (22) 565 27 50
adres e-mail: mail@grupa4p.pl
osoba do kontaktu w sprawie oferty: Agnieszka Owsianko, e-mail:
agnieszka.owsianko@grupa4p.pl, tel: +48 510 140 491
(imię i nazwisko, e-mail, nr telefonu)
REGON: 015317998
NIP: 521 32 24 826

W odpowiedzi na zapytanie ofertowe **nr 01/DBN/01/2023** dotyczące wyboru usługi polegającej na przeprowadzeniu

- **badania panelowego metodą CAWI składającego się z trzech fal na grupie końcowej reprezentatywnej N=1500 dorosłych Polaków**

szczegółowo opisanych w załączniku numer 2 do Zapytania Ofertowego - Opis Przedmiotu Zamówienia, w ramach projektu "Plemienność czy obojętność? Badanie rzeczywiście istniejących wartości demokratycznych i ich konsekwencji w Polsce" o numerze 2020/39/B/HS6/00853.

składam niniejszą ofertę:

1. Kryterium oceny ofert

Kryterium I

opis	OFERTA CENOWA ¹ [zł brutto]
badanie	Cena: 164.574,00 PLN Słownie: sto sześćdziesiąt cztery tysiące pięćset siedemdziesiąt cztery złote zero groszy, w tym kwota VAT: 30.774,00 PLN

Kryterium II

Oświadczam że osoba/osoby wyznaczone do realizacji zamówienia (imię i nazwisko) Paweł Grzelak

spełnia kryterium II*

- ~~w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła 2 badania typu conjoint analysis~~
- ~~w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła 3 badania typu conjoint analysis~~
- **w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła więcej jak 3 badania typu conjoint analysis**

* zaznaczyć właściwe

Kryterium III

Oświadczam że osoba/osoby wyznaczona/e do realizacji zamówienia (imię i nazwisko) Agnieszka Owsianko

spełnia kryterium III*

- **w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła 2 badania panelowe**
- ~~w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła 3 badania panelowe~~
- ~~w ciągu ostatnich 3 lat przeprowadził/ła więcej jak 3 badania panelowe~~

* zaznaczyć właściwe

¹ Cena jest wartością wyrażoną w jednostkach pieniężnych, którą Zamawiający jest zobowiązany zapłacić Wykonawcy wraz z ewentualnymi zobowiązaniami publicznoprawnymi (tj. stanowi całkowitą kwotę, obejmującą wynagrodzenie Wykonawcy oraz należne daniny publicznoprawne). W przypadku realizacji usługi przez osobę fizyczną kwota określona w ofercie stanowi kwotę brutto-brutto.

OŚWIADCZENIE NA POTRZEBY PODATKU VAT:

- Wykonawca X jest/ nie jest* podatnikiem VAT
- Dla celów podatku VAT Wykonawca jest podmiotem X krajowym/ zagranicznym*

* zaznaczyć właściwe

~~Oświadczam*, że będę rozliczał się na podstawie umowy cywilnoprawnej poza działalnością gospodarczą.~~

* zaznaczyć o ile dotyczy sytuacji Oferenta

W przypadku rozliczenia na podstawie umowy cywilnoprawnej poza działalnością gospodarczą cena wskazana w formularzu stanowi całkowitą kwotę, obejmującą wynagrodzenie Wykonawcy oraz należne daniny publiczнопrawne, które podlegają zapłacie przez Zamawiającego.

OŚWIADCZENIA OFERENTA

Oświadczam, że:

- a) Zapoznałem się z zapytaniem ofertowym, nie wnoszę do niego zastrzeżeń oraz uzyskałem informacje niezbędne do przygotowania oferty,
- b) Spełniam warunki udziału w postępowaniu o udzielenie zamówienia określone w zapytaniu ofertowym **nr 01/DBN/01/2023**,
- c) W cenę oferty zostały wliczone wszelkie koszty związane z dostawą i realizacją zamówienia,
- d) Akceptuję proponowane przez Zamawiającego Istotne Postanowienia Umowy zawarte w załączniku nr 3 do Zapytania Ofertowego,
- e) Wszystkie informacje zamieszczone w ofercie są prawdziwe,
- f) Uważam się za związanego niniejszą ofertą przez 30 dni od ostatecznego upływu terminu składania oferty,
- g) Posiadam podstawę prawną do przetwarzania danych osobowych osób podanych w ofercie oraz dokumentach złożonych w postępowaniu o udzieleniu zamówienia, w tym do ich udostępnienia Zamawiającemu,
- h) Przekazałem klauzule informacyjną Zamawiającego, o treści wskazanej w załączniku C, osobom fizycznym, których dane osobowe bezpośrednio lub pośrednio pozyskałem w celu ubiegania się o udzielenie zamówienia w niniejszym postępowaniu.

podpis Oferenta

Załączniki do Formularza ofertowego:

- A. Wiedza i doświadczenie niezbędne do realizacji zamówienia. Tabela 1. Tabela 2.
- B. Oświadczenie o braku powiązań Oferenta z Zamawiającym
- C. Klauzula informacyjna Zamawiającego

A. WIEDZA I DOŚWIADCZENIE NIEZBĘDNE DO REALIZACJI ZAMÓWIENIA**Tabela 1. Warunek i udziału w postępowaniu(odpowiedź tekstowa)**

Warunek	Oferent
Oferent posiada możliwość techniczną do realizacji badania na próbie reprezentatywnej N=1500, przeprowadzonego metodą CAWI (Oferent przedstawi metodę doboru grupy reprezentatywnej dla populacji Polski)	Metoda doboru grupy badawczej <ul style="list-style-type: none">• Operatorem losowania próby do badania będzie Panel Badawczy 4P• Populację panelistów stanowi próba dorosłej populacji Polski, opisana szeregiem cech socjodemograficznych: m.in.<ul style="list-style-type: none">○ M1. Płeć○ M2. Wiek○ M3. Wielkość miejscowości○ M4. Województwo○ M5. Stan cywilny○ M6. Wykształcenie○ M7. Status zawodowy○ M8. Źródła dochodu○ M9. Wysokość dochodu indywidualnego• W celu doboru respondentów do badania zostaną zastosowane pytania screeningowe dotyczące charakterystyki socjodemograficznej badanych, pozwalające na kontrolę struktury próby pod kątem wieku (grupy), płci poziomu wykształcenie oraz województwa.• Ze względu na wybraną metodę badania – CAWI – docieramy do zinformatyzowanej części społeczeństwa polskiego, w związku z tym mierzmy się z niską penetracją w grupie powyżej 70 lat. W doborze próby skupimy się na utrzymaniu struktury populacji do lat 70, natomiast w grupie powyżej 70 lat istnieje niezauważalne ryzyko dotarcia do osób specyficznych. Alternatywą byłoby wykorzystanie innej metody (CATI/CAPI) do dotarcia do najstarszej grupy Polaków• Struktura wyjściowa do badania zaczerpnięta

	<p>zostanie z badania GUS „Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2021 r.”</p> <p>Osoby regularnie korzystające z internetu według grup wieku Regular Internet users by age groups</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Wyszczególnienie Specification</th><th rowspan="2">2017</th><th rowspan="2">2018</th><th rowspan="2">2019</th><th rowspan="2">2020</th><th rowspan="2">2021</th><th>w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group</th></tr> <tr> <th>w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>16–24 lata 16–24 years</td><td>99,0</td><td>98,8</td><td>99,3</td><td>99,2</td><td>98,4</td><td>99,3</td></tr> <tr> <td>25–34</td><td>94,5</td><td>96,5</td><td>97,0</td><td>98,4</td><td>98,9</td><td>98,9</td></tr> <tr> <td>35–44</td><td>87,5</td><td>90,6</td><td>94,5</td><td>95,2</td><td>96,7</td><td>96,7</td></tr> <tr> <td>45–54</td><td>67,7</td><td>73,4</td><td>78,1</td><td>84,3</td><td>89,1</td><td>89,1</td></tr> <tr> <td>55–64</td><td>47,5</td><td>50,4</td><td>59,9</td><td>65,8</td><td>71,3</td><td>71,3</td></tr> <tr> <td>65–74 lata 65–74 years</td><td>26,0</td><td>29,8</td><td>33,3</td><td>40,4</td><td>45,9</td><td>45,9</td></tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> • Struktura i liczliwość kolejnych fal badania uwzględnia konieczność zapewnienia liczebności końcowej próby reprezentatywnej N=1500 dorosłych Polaków (18-70 lat). 	Wyszczególnienie Specification	2017	2018	2019	2020	2021	w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group	w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group	16–24 lata 16–24 years	99,0	98,8	99,3	99,2	98,4	99,3	25–34	94,5	96,5	97,0	98,4	98,9	98,9	35–44	87,5	90,6	94,5	95,2	96,7	96,7	45–54	67,7	73,4	78,1	84,3	89,1	89,1	55–64	47,5	50,4	59,9	65,8	71,3	71,3	65–74 lata 65–74 years	26,0	29,8	33,3	40,4	45,9	45,9
Wyszczególnienie Specification	2017							2018	2019	2020	2021	w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group																																							
		w % ogółu osób danej grupy in % of total individuals in a group																																																	
16–24 lata 16–24 years	99,0	98,8	99,3	99,2	98,4	99,3																																													
25–34	94,5	96,5	97,0	98,4	98,9	98,9																																													
35–44	87,5	90,6	94,5	95,2	96,7	96,7																																													
45–54	67,7	73,4	78,1	84,3	89,1	89,1																																													
55–64	47,5	50,4	59,9	65,8	71,3	71,3																																													
65–74 lata 65–74 years	26,0	29,8	33,3	40,4	45,9	45,9																																													
Oferent posiada wiedzę techniczną niezbędną do dostarczenia danych z realizacji badań zgodnych ze standardami przyjętymi dla badań naukowych w zakresie nauk politycznych - dostarczone dane surowe będą zawierały wagi minimum dla następujących parametrów: wieku, płci, poziomu wykształcenia, zawodu i preferencji politycznych, tak aby analizy pozwoliły na wyciągnięcie wniosków odnośnie całej dorosłej populacji polski	Tak																																																		
Oferent posiada doświadczenie w tematyce preferencji politycznych i zachowań wyborczych (w ostatnich 3 latach przeprowadził co najmniej 3 badania w podanej tematyce na grupach reprezentatywnych min. N=1000)	<ol style="list-style-type: none"> Badanie postaw Polaków wobec zagadnień społecznych oraz preferencji politycznych w roku 2022 (z wykorzystaniem mixu metod CAWI/CAPI). Badania własne preferencji politycznych realizowane w roku 2021 (CAWI na Panelu 4P) Badania własne preferencji politycznych realizowane w roku 2020 (CAWI na Panelu 4P) 																																																		
Oferent posiada udokumentowane doświadczenie w prowadzeniu badań zawierających analizy conjoint (w ostatnich 3 latach przeprowadził co najmniej 3 badania	<ol style="list-style-type: none"> Badanie dla TU Europa S.A.; CAWI; 2021; Badanie dla Bakalland S.A.; CAWI, 2022; Badanie dla Centrum Rozwoju Szkół Wyższych TEB 																																																		

zawierające podaną analizę)	Akademia; CAPI; 2021
Oferent zapewni odpowiedni zasób osób do przeprowadzenia długofalowego badania, które posiadają doświadczenie w realizacji badań panelowych	TAK
Oferent posiada certyfikat PKJPA (Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów)	TAK

Tabela 2. Warunek II udziału w postępowaniu(odpowiedź tekstowa)

Warunek	Imiona i nazwiska osób proponowanych do przeprowadzenia badania	Lista badań metodą CAWI
Osoba która osobiście będzie uczestniczyć w wykonaniu zamówienia w ostatnich 3 latach przeprowadziła metodą CAWI minimum 3 badania na reprezentatywnych próbach dorosłej ludności polskiej, co najmniej N=1000.	Agnieszka Owsianko Paweł Grzelak Mariusz Mroczek	Badanie preferencji produktowych w segmencie słodkich przekąsek – badanie CAWI, na próbie n1000 Polaków w wieku 18-70. Realizacja 2022. Badanie znajomości i postrzegania marek oraz używania kosmetyków do higieny i pielęgnacji ciała – badanie CAWI, na próbie n1000 Polaków w wieku 18-70. Realizacja 2021. Diagnoza rozumienia przez Polaków pojęć „zrównoważonej konsumpcji” i „zrównoważonego konsumenta” – badanie CAWI, na próbie n1000 Polaków w wieku 18-70. Realizacja 2021. Comiesięczne pomiary typu omnibus zawierające badania komercyjne jak i własne projekty – prowadzone na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 18-70 w latach od 2020 do obecnie. Przykład wyników z badań własnych w okresie pandemii: https://grupa4p.pl/files/4P_KORONAWIRUS_1_wiedza_18122020.pdf

podpis Oferenta

B. Oświadczenie o braku powiązań Oferenta z Zamawiającym

OŚWIADCZENIE O BRAKU POWIĄZAŃ OFERENTA² Z ZAMAWIAJĄCYM

Jako Oferent starający się o uzyskanie zamówienia w postępowaniu **nr 01/DBN/01/2023** oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z postępowania o udzielenie zamówienia ze względu na powiązania osobowe lub kapitałowe z Zamawiającym, przez które rozumie się: wzajemne powiązania między Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związanych z przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy a Oferentem. Nie jestem powiązany z Zamawiającym osobowo ani kapitałowo, a w szczególności:

1. Nie uczestniczę w spółce jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
2. Nie posiadam co najmniej 10% udziałów lub akcji, o ile niższy próg nie wynika z przepisów prawa lub nie został określony przez Instytucję finansującą;
3. Nie pełnię funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
4. Nie pozostaję w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.

podpis Oferenta

² W przypadku ofert wspólnych składanych w konsorcjum Oświadczenie o braku powiązań Oferenta z Zamawiającym musi zostać podpisane osobno przez każdego członka konsorcjum.

Curriculum Vitae

OBSZARY KOMPETENCJI

Badawcze

- Projektowanie i prowadzenie badań rynku w różnych metodykach
- Analiza rynku typu desk research: wielkość, udziały, charakterystyka graczy
- Badania z różnych kategorii: CX, EX, UX, postawy, oczekiwania, testy produktu, badania marki, segmentacja, U&A

Menedżerskie

- Zarządzanie zespołem analitycznym i badawczym, a także zespołem utrzymiowanym
- Motywowanie, rozwój i ocena pracowników
- Prowadzenie projektów interdyscyplinarnych (Agile, Design Thinking)
- Współpraca z menedżerami różnych szczebli

Biznesowe

- Identyfikacja potrzeb w zakresie analityki danych i badań
- Budowanie wskaźników monitorujących efektywność działań (także w metodyce OKR)
- Budowanie value proposition dla klientów i partnerów biznesowych
- Budowanie modyfikacji dla procesów obsługowych
- Wywieranie wpływu na zachowania klientów i partnerów
- Rekomendacje o charakterze biznesowym
- Analiza P&L dla proponowanych aktywności

Analityczne

- Analiza danych
- Budowanie dashboardów
- Łączenie różnych źródeł danych
- SPSS, Statistica, R, Power BI, BO, CRM

Narzędziowe

- Ekonomia behawioralna
- Psychologia poznawcza
- Business Case
- Analiza przypadku
- Zarządzanie projektami
- Prowadzenie warsztatów

Łączę umiejętność prowadzenia projektów analitycznych i badawczych z praktycznym zastosowaniem uzyskanej wiedzy. Działam swobodnie na poziomie generowania konceptów, a także podejmuję odpowiedzialność na etapie wdrożenia. Ekscytuje mnie wyciąganie pragmatycznych wniosków z danych pochodzących z różnych źródeł. Mam doświadczenie menedżerskie oraz efektywnie prowadziłam projekty wymagające współpracy osób z różnych obszarów organizacji.

DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

4P research mix, od 01/2019 Quantitative studies and analysis director

- ⇒ Zarządzanie działem badań ilościowych i zespołem analityków
- ⇒ Odpowiedzialność za realizację budżetu działu ilościowego
- ⇒ Rozwój produktowy, kompetencyjny w obszarze ilościowym

AEGON, 03/2018 - 12/2018 Projekt CRMowy

CEL: **Przeprowadzenie działań xsell** na klientach z jednej linii biznesowej:

- ⇒ Analiza bazy danych klienckich – segmentacja klientów pod działania xsell
- ⇒ Zaprojektowanie i wdrożenie działań realizujących cele projektu: zebranie zgód mrkt i xsell
- ⇒ Przygotowanie mechanizmu raportowania efektywności działań

AXA, 07/2007 - 01/2018 Kierownik Wydziału Satysfakcji i Utrzymania Klienta (od 07/2012)

- ⇒ Wdrożenie i prowadzenie firmowego programu Customer Experience: prowadzenie badań satysfakcji klientów, identyfikacja przyczyn niezadowolenia, wyznaczanie celów operacyjnych (w metodyce Objective & Key Results), monitorowanie wdrożenia zmian
- ⇒ Współpraca z zespołem Six Sigma w zakresie usprawnień procesów
- ⇒ Prowadzenie kluczowego dla firmy projektu utrzymanie klientów inwestycyjnych: identyfikacja obszarów wymagających uzupełnienia o dodatkowe działania firmy, projektowanie działań, wprowadzanie pilotażowych aktywności, koordynowanie prac działów zaangażowanych we wspólne przedsięwzięcia, mierzenie efektywności, wdrażanie rozwiązań
- ⇒ Opracowanie korespondencji z klientami z wykorzystaniem ekonomii behawioralnej
- ⇒ Współpraca z międzynarodowymi strukturami AXA w zakresie wymiany dobrych praktyk
- ⇒ Prowadzenie badań i analiz wspierających działanie firmy, badanie efektywności działań
- ⇒ Projektowanie i zarządzanie budżetem badawczym
- ⇒ Popularyzacja wiedzy o konsumencie i rynku wewnętrz firmy, dashboardy
- ⇒ Udział w projektach dotyczących tworzenia produktów, dostosowywania narzędzi IT do potrzeb konsumentów, budowania komunikacji, strategii
- ⇒ Zarządzanie zespołem specjalistycznym oraz utrzymaniowo-sprzedażowym
Manager ds. Utrzymania (od 10/2011 do 07/2012)
Badacz, Manager ds. Badań (od 07/2007 do 10/2011)

Provident Polska S.A., 12/2005 – 06/2007 Koordynator Badań Rynkowych

4P research mix, 04/2004 – 11/2005 Starszy Badacz

IPSOS / Demoskop, 02/1997 – 03/2004 Badacz

DODATKOWE UMIEJĘTNOŚCI

- ⇒ Komunikacja interpersonalna
- ⇒ Publiczne prezentacje
- ⇒ Zaawansowana znajomość aplikacji Word, Excel, PowerPoint, Access, Power BI, Business Object, SPSS, R
- ⇒ Praca w środowiskach badawczych, w tym: Qualtrics, Medalia
- ⇒ Prawo jazdy kategoria B
- ⇒ Wystąpienia na konferencjach dotyczących doświadczeń klientów organizowanych przez Blue Business Media, SPSS oraz Rzeczpospolita, Brave

Paweł Grzelak

Zatrudnienie

Analityk , 4R Research Mix	2015-dziś
Analityk, statystyk , Instytut Badań Edukacyjnych	2014-2015
Analityk, asystent , Instytut Studiów Politycznych PAN	1994-2015
Specjalista , Demoskop Sp. z o. o.	1995-2001
Analityk , Instytut Psychologii PAN	1987-1995

Wykształcenie

mgr matematyk, Wydział Matematyki, Informatyki i Mechaniki U.W. 1987

Referaty i publikacje

- „Reprezentatywność polityczna - Preferencje obywateli oraz percepcja pozycji partii politycznych w latach 1992 - 1995” w ramach projektu: Legitymizacja władzy - system partyjny - polityka publiczna finansowanego przez Instytut Spraw Publicznych
- Kilkuletni, comiesięczny cykl artykułów w „Rzeczpospolitej”, zawierających ekspertyzy dotyczące aktualnej dynamiki Wskaźnika Optymizmu Konsumentów (Demoskop) na tle sytuacji społecznej, politycznej i ekonomicznej, lata 90-te
- Artykuł „Oblicza protestu”, „Rzeczpospolita”, 1999 r.
- “Przestrzenne modele głosowania”, *Studia Polityczne* Nr 27/2011, [Radosław Markowski, Paweł Grzelak], s. 7-42
- „Populizm w modelu głosowania ekonomicznego w Polsce 2001” w: *Populizm a demokracja*, red. Radosław Markowski, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa 2004, s. 203-238
- „Głosowanie ekonomiczne w Polsce w 2001 roku w warunkach dezintegracji ugrupowań rządzących”, *Studia Polityczne* Nr 13/2002, Paweł Grzelak, s. 113-133
- „Głosowanie ekonomiczne w Polsce w wyborach parlamentarnych w 1997 i 2001 roku” w: *System partyjny i zachowania wyborcze: dekada polskich doświadczeń*, red. Radosław Markowski, Instytut Studiów Politycznych PAN i Fundacja Eberta, Warszawa 2002, s. 217-240
- "Identyfikacja partyjna Polaków - uniwersalia a specyfika lokalna", w: *Wybory parlamentarne 1997: system partyjny - postawy polityczne -*

zachowania wyborcze, red. Radosław Markowski, Fundacja Eberta i Wydawnictwo ISP PAN, Warszawa 1999 (współautor P. Grzelak), s. 47-80

Udział w konferencji Fundacji MSP z referatem „Przedsiębiorstwa handlowe jako miejsce pracy. Ilość i jakość miejsc pracy tworzonych przez małe firmy i duże sieci handlowe.”, rozdziałem opracowania opublikowanego po konferencji.

I Ogólnopolski Kongres Politologii 2009 r., referat „Geometryczne warianty modeli teorii proximity i directional voting”

Wybrane projekty naukowe i badawcze

- uczestnictwo w grancie „Wybory prezydenckie 1995 i nowa konstytucja w procesie konsolidowania systemu politycznego Rzeczypospolitej Polskiej”, 1995 - 1996 r.
- uczestnictwo w projekcie „Polski Generalny Sondaż Wyborczy”, 1998 - 1999 r., następnie „Polskie Generalne Studium Wyborcze”
- współpraca przy międzynarodowym projekcie „Comparative Study of Electoral Systems”

Długotrwała współpraca przy projektach biznesowych

McKinsey & Company

Maison & Partners

Edukacja

Kilkuletni udział w prowadzeniu zajęć z podstaw statystyki, Instytut Socjologii UW

Mariusz Mroczek

+48 502 793 758

ur. 18 Luty 1981

mariusz.mroczek@grupa4p.pl

zam. Warszawa

Jestem specjalistą z ponad 20 letnim doświadczeniem na rynku badawczym. Dzięki umiejętności rozpoznawania potrzeb potrafię szybko zrozumieć misję, wizję i wartości organizacji. Analiza i optymalizacja działań motywują mnie do działania. Uwielbiam nieszablonowe podejścia a do pełni szczęścia potrzebuję tworzyć, widzieć rezultaty swojej pracy.

Doświadczenie

07.2017-obecnie

Customerhub /Grupa 4P - Prezes/konsultant

Budowa i rozwój nowej spółki pod marką Customerhub dla grupy 4P. Budowa i wdrożenie systemów do zarządzania realizacją badań CAWI. Budowa i zarządzanie panelem badawczym.

06.2013-07.2016

Norstat Polska - Country Manager

Zarządzanie firmą zgodnie z polityką i zasadami grupy. Planowanie i realizacja celów sprzedaży, odpowiedzialność za wyniki finansowe spółki. Monitorowanie jakości, wydajności i konkurencyjności we wszystkich oferowanych metodach badawczych. Rozwój produktów i usług. Tworzenie planów inwestycyjnych oraz strategii cenowej. Organizacja i realizacja działań marketingowych i wizerunkowych spółki.

01.2008-06.2013

Norstat Polska - Project Manager

Wsparcie we wprowadzaniu i budowaniu marki na polskim rynku. Rekrutacja i szkolenie superwizorów i ankieterów. Budowa i rozwój panelu badawczego. Pozyskiwanie nowych możliwości biznesowych i nowych klientów. Koordynacja projektów WEB, CATI, MS, F2F. Współpraca przy tworzeniu kwestionariuszy. Realizacja projektów polskich i międzynarodowych.

01.2008-12.2009

4p Research mix - Quality control specialist

Analiza, tworzenie i wdrażanie nowych procedur i narzędzi w celu poprawy jakości badań i gromadzenia danych. Współpraca z podwykonawcami badań ilościowych w całej Polsce. Ścisła współpraca z zarządem, współpracownikami oraz badaczami w celu ustalenia proponowanych rozwiązań.

04.2002-01.2008

Ipsos - Field specialist

Współpraca przy wdrażaniu nowych metod badań CATI i CAPI. Koordynacja badań wszelkiego rodzaju metod badań rynku. Przygotowanie baz danych, dobór metod i prób badawczych. Zatrudnianie i szkolenie ankieterów i koordynatorów terenowych.

Wykształcenie

2001-2006 - Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna

Ekonomika Integracji Europejskiej

Języki

Angielski (B2)

Certyfikat



PKJPA

2023

Komisja Odpowiedzialności Zawodowej i Zarząd Organizacji Firm Badania Opinii i Rynku na podstawie audytu jakości stwierdzają, że firma

4P Research Mix Sp. z o.o.

stosuje standardy określone w Programie Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA), w następujących kategoriach badań:

Badania realizowane techniką ankieterskich wywiadów bezpośrednich z wykorzystaniem kwestionariuszy CAPI lub PAPI

Badania realizowane techniką ankieterskich wywiadów telefonicznych z systemowym wspomaganiem komputerowym – CATI

Badania jakościowe

Mystery Shopping

Badania CAWI

Firma **4P Research Mix Sp. z o.o.**

ma prawo posługiwać się znakiem jakości PKJPA w przyznanych kategoriach.

Certyfikat jest wydawany na okres jednego roku.

Andrzej Ludek

Rzecznik Odpowiedzialności
Zawodowej

OFBORG
Organizacja Firm Badania Opinii i Rynku

Warszawa, 17 stycznia 2023 r.

Alina Lempa

Prezes OFBOR

Wyróżniająca Jakość Badań