

Příloha č. 1 Dotazník k projektu Radegast Index

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času na vyplnění následujícího dotazníku, který mi pomůže k mé diplomové práci. Předem děkuji za odpovědi.

1) Zajímáte se o sport?

- a. ANO
- b. NE

2) Jak často sledujete sportovní utkání v TV?

- a. Minimálně jednou týdně
- b. 2 – 3krát měsíčně
- c. Alespoň jednou měsíčně
- d. Výjimečně
- e. Pouze reprezentaci
- f. Nikdy

3) Navštěvujete sportovní utkání na stadionech?

- a. Velmi často
- b. Zhruba jednou za měsíc
- c. Výjimečně
- d. Nikdy

4) Zajímáte se o hokej?

- a. ANO
- b. NE

Pokud byla vaše odpověď ANO, pokračujte na otázku číslo 5. Pokud byla vaše odpověď NE, přeskočte na otázku číslo 13.

5) Zajímáte se o hokejovou extraligu?

- a. ANO
- b. NE

6) Máte svůj oblíbený hokejový extraligový klub?

- a. ANO, mám
- b. NE, nemám

c. Mám jich více

7) Sledujete hokejové statistiky?

- a. ANO
- b. NE

8) Navštěvujete hokejová utkání na stadionech?

- a. Navštěvuji pravidelně
- b. Občas zajdu
- c. Nenavštěvuji vůbec

9) Znáte Radegast Index

- a. ANO
- b. Slyšel/a jsem o tom
- c. NE

10) Kde jste se o něm dozvěděli?

- a. Na internetu
- b. V TV
- c. V rádiu
- d. Od kamarádů/známých
- e. Na stadionu
- f. Jiná možnost

11) Víte, s kterým sportem je Radegast Index spojený?

- a. ANO
- b. Myslím, že vím
- c. NE

12) Rozumíte statistice Radegast Index?

- a. ANO
- b. Spíše ANO
- c. Spíše NE
- d. NE

Pokračujte prosím na obecné informace. (otázka č. 16)

13) Proč se o hokej nezajímáte?

- a. Nezajímám se o sport vůbec
- b. Hokej mě nebaví

c. Nemám na to čas

14) Slyšel/a jste někdy o Radegast Indexu?

- a. ANO, znám Radegast Index
- b. ANO, slyšel/a ale nevím co to je
- c. NE, neslyšel/a

15) Víte, s kterým sportem je Radegast Index spojený

- a. ANO, vím
- b. Myslím, že vím
- c. NE, nevím

16) Pohlaví?

- a. MUŽ
- b. ŽENA

17) Věk?

- a. 15 – 25 let
- b. 26 – 35 let
- c. 36 – 45 let
- d. 46 – 55 let
- e. 55 a více let

18) Bydliště? (dle kraje)

- a. Hl. město Praha
- b. Středočeský
- c. Jihomoravský
- d. Královehradecký
- e. Pardubický
- f. Liberecký
- g. Karlovarský
- h. Jihočeský
- i. Olomoucký
- j. Zlínský
- k. Moravskoslezský
- l. Vysočina
- m. Ústecký
- n. Plzeňský

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Příloha č. 2 Rozhovor s brand specialistou pro pivovar Radegast

2. listopadu 2017 proběhl rozhovor s brand specialistkou Kateřinou Haškovou během hokejové bitvy univerzit, kde je Radegast hlavním partnerem.

Dobrý den Kateřino, děkuji za váš čas mohla byste se nám v rychlosti představit a nastínit, jakou pozici v Radegastu zastáváte včetně toho, co máte na starost?

Pracuji jako brand specialista pro značku Radegast. Starám se především o celkové partnerství Radegastu s českou hokejovou extraligou, aktivaci prezentace na hudebním festivalu Colours of Ostrava, kde jsme hlavním partnerem a také se starám o komunikaci na digitálních platformách. Také se starám o program, který si dal za cíl dohlížet na kvalitu v prodejnách po celé zemi. V rámci tohoto programu také vzděláváme zákazníky o základní požadavky, na které by měli dbát při objednávání piva v hospodách.

Jaký postoj má pivovar Radegast k hokeji?

Hokej a pivo k sobě prostě patří. Radegast je správně hořké pivo pro pravé chlapy. Hokej je zase hra pro tvrdé chlapy. Pivo Radegast, stejně jako hokej, patří pravým chlapům, kteří dokáží ocenit nejen správně hořké pivo, ale i hořké chvíle na ledě a v životě. Radegast je s hokejovými fanoušky u bujarých oslav vítězství i u hořkých proher jejich oblíbených týmů. Radegast je s nimi na stadionech, v hospodách i doma u televize. Správní srdcaři nemusí být jen na ledě, ale najdou se i v pivovaru. Všichni sládcí pivovaru Radegast jsou vlastně současným hokejovým bojovníkům docela podobní. Na rozdíl od nich nebojují v hokejových arénách, ale za správně hořké pivo uvařené tradičním způsobem a z kvalitních surovin.

Jaké aktivity jako oficiální pivo Tipsport Extraligy ledního hokeje realizujete?

To vám nejlépe řekne agentura Concept One která pro nás dělá celou aktivaci, každopádně v roce 2013 Radegast vytvořil Radegast Index jako parametr statistik, který se zaměřuje na bojovnost hráčů a je složen ze tří parametrů: plusový či minusový bod získají hráči za pobyt na ledě při vstřelených a obdržných gólech. „Hit“ soupeře je ceněn jedním bodem, stejně zablokované střely soupeře. Abychom lépe divákům

vysvětlili, co Radegast Index je, a ukázali, že být bojovníkem není nic lehkého, rozhodli jsme se v nové sezóně vyjet na extraligové stadiony, a tuto zkušenost jim přiblížit. Budou mít možnost zkusit si střelbu na branku, zažít pocit, když na ne letí puk rychlostí až 170 km/h přes virtuální realitu, nebo si změřit sílu na tzv. hitovacím panáku. Následně si šest vyvolených diváků budou moci jít na led stoupnout za unikátní Radegast plexisklo a nechat na sebe vystřelit puk v plné rychlosti. Takto jim chceme přiblížit, jak hořký umí hokej být, a co znamená obětavost bojovníka, který do té rány dobrovolně skočí.

Na play-off bychom rádi fanouškům přiblížili hořkost která je charakteristická chuť piva Radegast. Přes hořké momenty budeme vysvětlovat, že hořkost je dobra, a dělá hokej atraktivní. Kdyby pořád tým vyhrával, tak fanoušci nemají tak intenzivní zážitek ze hry.

Jak vnímáte Radegast Index?

Je super, že dostanou prostor i obránci. Než se přišlo s Radegast Indexem, vyhlašoval se vždy jen nejlepší střelec, a mluvilo se o útočnicích, kteří jsou v hokeji vidět téměř pořád. Ale ti, kteří odvádějí tu největší dřinu si taky zaslouží ocenění. Bez obránců by tým, ani hokej nefungoval. Není vůbec lehké se postavit do střely a chce to velkou odvahu. Radegast tyto bojovníky odměňuje, a jsem za to moc ráda. Navíc se tato statistika velmi dobře prolíná s positioningem naší značky.

Vidíte nějakou slabinu projektu?

O Radegast Indexu neví dostatek lidí. Tuto statistiku používají trenéři, hokejový experti, core fanoušci, ale širší publikum a osoby mimo hokej ještě ne. Jedním z prvních kroků, jak toto změnit je, že se od nového roku vydáváme na extraligové stadiony a chceme tuto metriku fanouškům ukázat a přiblížit ještě víc.

A naopak vnímáte nějaký prostor, kam by se mohl a měl v budoucnu Radegast Index posunout?

Určitě se ho budeme snažit přiblížit větší skupině lidí. Hokej je hra, která se stále mění a posouvá, a právě proto se každý rok Radegast Index lehce upravuje, aby odpovídal aktuálním potřebám. Jak už jsem říkala, určitě je velký prostor v tom, dostat ho i mimo hokejové stadiony a přiblížit širšímu publiku.

Jaké jste si stanovili cíle do následujících sezón v hokeji a v Radegast Indexu?

Naší velkou ambicí je zvýšit kvalitu čepování na stadionech, jelikož právě tady dělá kvalita hodně často problém. I přesto, že před sezonou probíhá školení všech výčepních, někdy se nedostane pivo k fanouškovi tak, jak bychom si představovali – načepované na hladinku, s krémovitou pěnou.

U Radegast Indexu je samozřejmě taky velký prostor pro zlepšení, na letošní sezónu prošel lehkou úpravou v bodování, tak uvidíme, jak se bude měnit v budoucnu.

Z výzkumu, které jsem provedla vyplývá, že Radegast Index znají jen osoby zajímající se o český hokej a extraligu. Je to pro vás překvapení?

Určitě to pro nás překvapení není. Samozřejmě jsme si již vypracovali řadu výzkumů a víme, že největší povědomí je u core fanoušků hokeje. Rádi bychom toto do budoucna změnili.

Co se týká rozšíření i třeba do zahraničí, byly bychom rádi, kdyby se statistika začala počítat i za hranicemi České republiky, ale to je hodně vzdálená budoucnost. Zatím si ho necháme u nás doma.

A co povědomí o spojení Radegastu s extraligovým hokejem obecně, vidíte i tam nějaký prostor pro zlepšení?

Tady je samozřejmě také prostor pro zlepšení. Byly bychom rádi, kdyby si lidé Radegast s hokejem spojili automaticky. U této cílovky se snažíme pracovat s hořkostí a vysvětlujeme proč je hořkost dobrá. Přibližujeme hořkost piva Radegast k hořkosti související s porážkami v hokejových bitvách a v životě. Dále mohla být viděna v televizi reklama s hokejovou tematikou. Každopádně rádi bychom povědomí o tomto spojení ještě zvýšili.

Děkuji za odpovědi.