

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník (bez znázorněného plakátu)	2
Příloha č. 3: Hlubkový rozhovor s Mgr. Janem Gerhardtem.....	9

Příloha č. 1: Dotazník (bez znázorněného plakátu)

Dobrý den,

jmenuji se Alžběta Klímová a jsem studentkou 3. ročníku bakalářského studia managementu tělesné výchovy a sportu na Univerzitě Karlově. Ráda bych Vás touto cestou požádala o vyplnění krátkého dotazníku k mé bakalářské práci. Jedná se o výzkum aktuální marketingové komunikace projektu TENIS PRO DĚTI, na jehož základě budou navrženy nové komunikační nástroje, které by mohly být využity pro zlepšení propagace. Dotazník je zcela anonymní a veškerá data z něj budou spolu s výsledky použita pouze pro účely mého výzkumu.

1. Jakým způsobem se dozvídáte o kroužcích nabízených Vaším dětem na základní škole? (Je možné zakroužkovat více odpovědí)
 - a. Od známých
 - b. Z propagačních letáků
 - c. Z plakátů vyvěšených na základní škole
 - d. Z webových stránek základní školy
 - e. Z reklam na internetu
 - f. Ze sociálních sítí
2. Kdo ve vaší rodině vybírá pro Vaše dítě kroužky? (Zakroužkujte prosím jednu odpověď.)
 - a. Matka
 - b. Otec
 - c. Prarodič
 - d. Potomek si vybírá kroužek sám
 - e. Vybíráme společně po vzájemné dohodě
3. Co je rozhodujícím faktorem pro zvolení kroužku, který bude Vaše dítě navštěvovat? Každý faktor ohodnoťte známkou od 1 do 5 jako ve škole (tzn. 1 je nejlepší/nejdůležitější, 5 je nejhorší/nejméně důležité)

	1	2	3	4	5
Zájem dítěte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Můj nesplněný dětský sen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cena kroužku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nadání dítěte na danou činnost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostupnost kroužku od školy, bydliště či práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zlepšení životního stylu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Socializace dítěte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rozvoj pohybových činností	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potenciální koníček/povolání do budoucna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Jaké kroužky jste v dětství navštěvoval/a Vy? (Je možné zakroužkovat více odpovědí)
 - a. Keramika
 - b. Hudební nauka
 - c. Skaut
 - d. Výtvarná výchova
 - e. Fotbal
 - f. Tenis
 - g. Hokej
 - h. Gymnastika
 - i. Basketbal
 - j. Jiné (Prosím, níže uveďte, jaké)

.....

.....
.....

5. Jaké kroužky navštěvuje Vaše dítě? (Je možné zakroužkovat více odpovědí)

- a. Keramika
- b. Hudební nauka
- c. Skaut
- d. Výtvarná výchova
- e. Fotbal
- f. Tenis
- g. Hokej
- h. Gymnastika
- i. Basketbal
- j. Jiné (Prosím, níže uveďte, jaké)

.....
.....
.....
.....

6. Znáte projekt TENIS PRO DĚTI?

- a. Ne
- b. Ano (Prosím, stručně napište, z jakého zdroje jste se o tomto projektu doslechl/a a co o něm víte.)

.....
.....
.....
.....

7. Viděli jste v prostředí základní školy plakát TENISU PRO DĚTI?

- a. Ne
- b. Ano (Prosím, uveďte konkrétní prvky, které plakát obsahoval)

.....
.....
.....
.....

8. Nyní bude uveden propagační plakát. Prohlédněte si ho a následně, prosím, ohodnoťte níže zmíněné prvky známkou od 1 do pěti jako ve škole (tzn. 1 je nejlepší, 5 je nejhorší)

	1	2	3	4	5
Vzhled letáku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dostatek informací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přehlednost informací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vzhled loga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Dokážete si vybavit reklamu/propagaci na jakoukoli formu výuky tenisu?
- Ne
 - Ano (Níže prosím uveďte, jaká reklama/propagace se Vám vybaví.)

.....
.....
.....
.....

10. Jaké sociální sítě používáte? (Je možné zakroužkovat více odpovědí)

- Žádné
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- YouTube
- Snapchat
- Pinterest
- Jiné (Níže prosím uveďte, jaké)

.....
.....
.....

11. Za jakým účelem dané sociální sítě navštěvujete? Vyjmenované účely ohodnoťte známkou od 1 do 5 jako ve škole (tzn. 1 je nejlepší/nejdůležitější, 5 je nejhorší/nejméně důležité).

	1	2	3	4	5
Zábava	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sleduji skrze ně zajímavé stránky/osoby	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spojení se známými a přáteli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informace o kroužkách mého dítěte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Jak často sociální síť navštěvujete?

- Nikdy
- Méně než 1x měsíčně
- 2x – 3x měsíčně
- Každý týden
- Víckrát týdně
- Denně

13. Navštívil/a jsem: (Je možné zakroužkovat více odpovědí)

- Webové stránky projektu TENIS PRO DĚTI
- Facebookové stránky TENISU PRO DĚTI
- Ani jednu z možností

14. Jaké komunikační kanály využíváte pro získání informací a aktualit o kroužku Vašeho dítěte? (Je možné zakroužkovat více odpovědí)

- Email
- Telefon
- Sociální síť
- Osobní kontakt

TENIS PRO DĚTI je projekt, jehož cílem je systematická výuka tenisu u dětí ze základních škol v Praze a okolí. Lekce jsou skupinové a jsou vedeny licencovanými tenisovými trenéry nebo studenty vysokých škol s tělovýchovným zaměřením. Probíhají v odpoledních hodinách na dané základní škole. Trenéři si děti vyzvedávají ve družině či před školou. Kromě nácviků a zdokonalování techniky úderů se u dětí buduje smysl pro fair play.

Na základě popisu projektu TENIS PRO DĚTI, prosím, odpovězte na otázky číslo 15 – 19.

15. Myslíte si, že je tenis vyučován ve škole ve větší skupině dětí (4 – 8 dětí) vhodným školním kroužkem?
- a. Ano (Prosím, níže uveďte důvod, proč se Vám tento druh kroužku líbí.)
.....
.....
.....
.....
- b. Ne (Prosím, níže uveďte důvod, proč se Vám tento druh kroužku nelíbí.)
.....
.....
.....
.....
16. Ocenil/a byste v případě zájmu o takovýto kroužek Instagramový kanál s novinkami ohledně TENISU PRO DĚTI, fotografiemi a videy z tréninků?
- a. Ano, rád/a bych viděl/a své dítě a jeho vývoj
b. Ne, takový kanál bych nesledoval/a
17. Chtěl/a byste se nejprve s Vaším dítětem zúčastnit sportovního festivalu, na němž by byl projekt TENIS PRO DĚTI propagován?
- a. Ano, chtěl/a
b. Ne, nechtěl/a
18. Chtěl/a byste mít možnost vyzkoušet si s Vaším dítětem, jak kurzy probíhají ještě před závaznou registrací?
- a. Ano, chtěl/a
b. Ne, nechtěl/a
19. Chtěl/a byste, aby byly součástí lekcí i tematicky zaměřené hodiny (Mikulášská lekce, Vánoční lekce, Velikonoční lekce, apod.)?
- a. Ano (Prosím, níže uveďte důvod, proč byste o tematické lekce měl/a zájem.)
.....
.....
.....
.....
- b. Ne (Prosím, níže uveďte důvod, proč byste o tematické lekce neměl/a zájem.)

.....
.....
.....
.....

20. Jste:

- a. Muž
- b. Žena

21. Kolik je Vám let?

- a. 23 – 30
- b. 31 – 40
- c. 41 – 50
- d. 51 – 60
- e. 61 a více

22. Kolik máte dětí?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5 a více

Příloha č. 2: Hlubkový rozhovor s Mgr. Janem Gerhardtem

1. Jaké jsou cíle marketingové komunikace projektu TENIS PRO DĚTI?

Jelikož se jedná o poměrně finančně náročný sport, rádi bychom ho zpřístupnili co nejvíce dětem z pražských základních škol. Je škoda, aby takový krásný sport lidé nemohli provozovat kvůli nedostatku financí. Dalším naším cílem je rozšíření TENISU PRO DĚTI do dalších českých měst. Na tomto cíli ale nelpíme. Byli bychom neradi, kdybychom tento cíl realizovali na úkor kvality služeb. Tu považujeme za nejdůležitější a neustále se snažíme, aby byly všechny strany spokojené.

2. Jakou skupinu lidí vidíte jako skupinu, na kterou by měla marketingová komunikace cílit?

Samozřejmě jde o děti prvních stupňů základních škol. Dále samotné základní školy. S těmi je nutné udržovat dobré vztahy, aby s námi spolupracovaly i nadále a třeba nám dělaly samy od sebe i kladnou reklamu. Zmíněné dobré vztahy pak musí zajišťovat další cílová skupina, kterou jsou v našem případě trenéři. Ti totiž nejčastěji komunikují se zaměstnanci základních škol. Jelikož se jedná o práci nárazového typu, tak s trenéry uzavíráme dohodu o provedení činnosti. Nejčastěji zaměstnáváme studenty Fakulty tělesné výchovy a sportu.

3. Zmínil jste, že trenéři spolupracující s TENISEM PRO DĚTI jsou často studenty vysokých škol, což může mít samozřejmě mnoho výhod. Nejsou s tím však spojeny i nějaké potíže?

Určitě taková spolupráce přináší výhody i nevýhody. Pro nás je velkým plusem, že studenti mají absolvované kurzy jako je gymnastika, anatomie, pedagogika či trenérství. Jsou tak vhodnými zaměstnanci, jelikož jsou všestranně nadaní a mají mnoho znalostí z oblastí, která je pro nás důležitá. Jelikož jde o studenty sportovních oborů, často ale dochází k nespočtu úrazů jako jsou zlomeniny, natržené svaly a podobně. My pak musíme na lekce zajišťovat náhradní trenéry. V nejhorších případech, kdy nikoho neseženeme, musíme trénink zrušit úplně a následně ho nahrazovat. To se musí domluvit s vedením školy, s dětmi, s rodiči a je to velice časově náročné. Někdy se také stalo, že byl vybrán trenér, který nebyl spolehlivý, chodil na lekce pozdě, často je rušil a my pak museli napravovat jeho chyby. Pak jsme museli shánět trenéra nového, spolehlivějšího.

4. A jakým způsobem jsou trenéři vybíráni?

Vždy před zahájením kurzů rozmístíme pracovní nabídky na Facebookové stránky studentů tělovýchovných škol. V těchto školách také vyvěšujeme plakáty s nabídkou spolupráce a kontaktem na mě. S lidmi, kteří se na inzerát ozvou, se následně sejdeme a uděláme s nimi pohovor. Také si trenéra otestujeme, zda vůbec tenis umí, využívá techniku, kterou děti učíme a pak je proškolen. Tento proces je velmi zdlouhavý. Proto je nutné, abychom potenciální zájemce oslovili včas.

5. Nejdůležitější cílovou skupinou jsou tedy děti z prvních stupňů základních škol?

Ano, děti z prvních stupňů, potažmo jejich rodiče, kteří děti na kroužky přihlašují.

6. Pomocí jakých nástrojů je tato cílová skupina oslovena?

Cílová skupina je oslovována zejména pomocí plakátů, které jsou rozmístěny strategicky. Místa rozmístění bych však nerad zmiňoval. Na plakátech jsou jen ty nejpodstatnější informace jako je kontakt, cena kurzu nebo místo konání.

7. Jak jsou stanovené cíle dosahovány?

Nejprve nabídneme spolupráci základním školám. Často se stane, že je náš projekt okamžitě zamítnut. Vedení školy se totiž obává o své prostory, zejména tedy o tělocvičnu, která by podle nich mohla být hrou jako je tenis poškozena. Pokud ovšem škola souhlasí se spoluprací, dojde k uzavření smlouvy, a to na jeden školní rok.

8. Jaký byl podle Vás důvod nižší spolupráce ze strany základních škol?

Myslím, že to může být způsobené tím, že základní školy bývají často neochotné plakáty vyvěsit. Když však plakáty nevyvěsí, žáci nemají možnost se o kroužku dozvědět a pak se kurz neotevře.

9. Plakáty jsou tedy jediným komunikačním nástrojem?

Nejsou, ale jsou primárním komunikačním nástrojem. Dále využíváme Facebook, na kterém však máme málo sledujících a není čas na to, aby ho někdo z nás spravoval nějak častěji. Nikdy jsme třeba nepoužili tu placenou funkci propagovat. Z nástrojů využívaných na propagaci bych ještě zmínil medaile a diplomy, které dětem rozdáváme za splnění kurzu.

10. Jaký je vyhrazený rozpočet na marketingovou komunikaci?

Za tento školní rok byly vynaloženy finance zhruba mezi 10 – 15 000 Kč.

11. Spolupracuje TENIS PRO DĚTI i s některými sportovními organizacemi?

Ano. Je navázána spolupráce s Decathlonem, který nám poskytuje míčky, rakety pro děti a medaile. Také nesmím opomenout na partnerské projekty, mezi něž patří například JSMEINLINE.CZ. Tyto projekty jsou sponzorovány Prahou, ale do tenisu nejsou z těchto financí vyhrazeny nějaké velké částky.

12. Jaké nevyužívané kanály by bylo možné v budoucnu vyzkoušet?

Myslím, že zajímavým kanálem je Instagram, který je podle mě využíván stále častěji. Alespoň tedy podle informací, které slyším od svých známých a kamarádů. Taky si myslím, že by o TENISU PRO DĚTI mohla být občas zmínka v médiích. Jde o zajímavý projekt, který by svou ideou mohl zaujmout širší veřejnost. A jako poslední bych asi zmínil turnaje, o které děti navštěvující kurzy neustále škemrají. Rády by totiž změřily síly mezi sebou a vrstevníky, ale v lekcích na to nezbývá čas.

13. Jak je marketingová komunikace kontrolována?

Na konci školního roku dochází k analýze dat. Konkrétně sledujeme návštěvnost kurzů a počet nově získaných kontaktů.