

DOTAZNÍK

Vážení respondenti,

ráda bych Vás požádala o vyplnění dotazníku, který se týká marketingové komunikace OTC, pro účel mé diplomové práce. Jsem studentkou 2. navazujícího ročníku Managementu tělesné výchovy a sportu na Karlově univerzitě. Pomocí tohoto dotazníku bych ráda zjistila, jak vnímáte současnou komunikaci OTC a které marketingové nástroje Vás nejvíce ovlivňují. Vámi vyplněné odpovědi zakroužkujte. Vyplnění dotazníku netrvá déle než 5 minut, je zcela anonymní a získané informace slouží pouze k vypracování diplomové práce.

Karla Soukeníková

- 1) **Slyšel/a jste někdy o OTC (Outdoor Training Club)?** (pokud NE pokračuje na otázku 12)
- ano
 - ne

Pokud ANO:

- 2) **Jak jste se o OTC dozvěděl/a?**
- Od kamaráda, známého
 - Facebook
 - Instagram
 - www
 - Sportovní akce
 - Jiné

- 3) **Navštívil/a jste někdy lekce OTC nebo víkendový kemp?**
- ano
 - ne

Pokud ANO:

- 4) **Proč jste si vybral/a zrovna OTC?**
- Dostupnost
 - Cena
 - Instruktor
 - Prostředí
- 5) **Víte, že má OTC Facebookový profil?**
- ano
 - ne
- 6) **Pokud ano, ste fanouškem FB stránek?**
- ano
 - ne

7) Pokud ano, jste aktivním uživatelem FB stránek klubu? (likujete, komentujete příspěvky)

- a. Ano
- b. Ne, pouze pasivně přijímám informace
- c. Ne, obsah pro mě není natolik zajímavý

8) Navštívil/a jste někdy webové stránky?

- a. ano
- b. ne

9) Pokud ano, jak hodnotíte současný vzhled webových stránek?

- a. Velmi dobře
- b. Dobře
- c. Špatně
- d. Velmi špatně

10) Jak byste zhodnotil/a současnou komunikaci klubu?

- a. Dostačující
- b. Nedostačující

11) Je něco, co byste doporučil/a pro její zlepšení? (nepovinná)

.....

12) Upřednostňujete sport venku, za každého počasí, nebo uvnitř (fitness)?

- a. Rád/a sportuji venku za každého počasí
- b. Rád/a sportuji venku v létě, na jaře, když je tepleji. V zimě se přesouvám do uzavřených prostor.
- c. Navštěvuji výhradně vnitřní prostory

13) Ohodnot'te na stupnici od 1 – 5 důvěryhodnost následujících marketingových nástrojů (1 – nejméně důvěryhodné, 5 – nejvíce důvěryhodné)

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Youtube
- d. www
- e. Venkovní – plakáty, billboardy
- f. Tištěná inzerce, letáky
- g. TV, radio

14) Jak je v dnešní době dle Vašeho názoru důležitá marketingová komunikace? (Reklama, prodejní techniky, vystupování na veřejnosti – veškeré nástroje, které vedou k oslovení, zaujetí a získání zákazníka na svou stranu)

- a. Bez MK se žádná společnost v dnešní době neobejde
- b. Není nutné klást na MK velký důraz, lépe se orientovat na cenu a kvalitu produktu, služby
- c. Je to nepodstatný prvek podnikání

15) Jakému komunikačnímu nástroji dáváte největší přednost?

- a. Klasické reklamě prostřednictvím rozhlasu, televize, tisku, venkovní reklamy, bannery
- b. Přímý marketing prostřednictvím zásilek, brožur, dopisů
- c. Podpora prodeje prostřednictvím realizace soutěží, reklamních dárků, osobní propagace na výstavách
- d. Vztah s veřejností prostřednictvím PR článků, tiskových zpráv, konferencí
- e. Online komunikace na www stránkách, sociální sítě

16) Čemu dáváte v online komunikaci přednost?

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. www
- d. ostatní

17) V jakém městě bydlíte? (Praha včetně městské části)

.....

18) Věk v rozmezí

- a. do 20 let
- b. 20 – 30 let
- c. 31 – 40 let
- d. starší 41 let

19) Pohlaví

- a. Muž
- b. Žena

20) Jste:

- a. Pracující
- b. Nezaměstnaná
- c. Student
- d. Na mateřské dovolené