

Marketingová komunikácia spoločnosti

Dotazníkový prieskum pre účely bakalárskej práce

1. Pohlavie

- ☐ žena
☐ muž

2. Vek

Prosím, vypíšte číslami (napr. 87).

.....

3. Pozícia na trhu práce

Zvoľte všetky platné možnosti.

- ☐ pracujúci
☐ nezamestnaný
☐ študent
☐ dieťa do 15 rokov
☐ senior
☐ ZŤP
☐ invalidný dôchodca
☐ materská/rodičovská dovolenka

4. Preferencia nákupu

- ☐ cez internet (e-shop spoločnosti)
☐ na pobočke

5. Sú podľa Vás internetové stránky e-shopu prehľadné?

Označte len jednu možnosť.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Úplne neprehľadné ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Veľmi prehľadné

6. Navštívili ste už niektorú z pobočiek spoločnosti?

- ☐ áno
☐ nie

7. Ak áno, ako na Vás pôsobí jej vzhľad (poriadok, vybavenie, usporiadanie v regáloch...)?
Označte len jednu možnosť.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Veľmi nepríjemne ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Veľmi príjemne

8. Určite, ako veľmi sú pre Vás dôležité nasledujúce informácie, pred tým, ako sa rozhodnete navštíviť pobočku.

(1 – informácia je pre Vás úplne bezvýznamná, 10 – informácia je pre Vás maximálne dôležitá)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
otváracie hodiny	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
novinky v predajni	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
zľavy a výpredaje	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
veľkosť ponuky sortimentu	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
spôsob platby	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
dostupnosť pobočky (parkovanie, vzdialenosť zastávky)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9. Ako často nakupujete výrobky od spoločnosti?

- ☐ každý týždeň
☐ každý mesiac
☐ pár krát v priebehu polroka
☐ pár krát v priebehu roka
☐ nikdy

10. Akú časť svojho celoročného príjmu ste ochotný investovať do nákupu parfumov a kozmetiky? Berte v úvahu vlastnú spotrebu (spotrebu v rodine) i nákup darov.

Prosím, napíšte číslom o akú čiastku sa jedná (napr. 3 000 Kč).

.....

11. Kde ste sa už stretli so značkou spoločnosti?

Môžete zvolit' viac platných odpovedí.

- ☐ webové stránky spoločnosti ☐ sponzorované akcie
☐ sociálne siete ☐ vlastné akcie spoločnosti
☐ bannery
☐ noviny a časopisy
☐ letáky
☐ billboardy
☐ televízia
☐ rádio

12. Určite, akú dôležitosť pripisujete týmto komunikačným kanálom.

(1 – komunikačný kanál vôbec nie je dôležitý, 10 – komunikačný kanál je najdôležitejší)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
webové stránky	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sociálne siete	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
bannery	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
noviny a časopisy	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
letáky	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
billboardy	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
televízia	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
rádio	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
sponzorované akcie	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
vlastné akcie	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

13. Spomeniete si na nejakú akciu alebo udalosť, ktorú spoločnosť sponzorovala alebo organizovala?

- ☐ áno
☐ nie

14. Ak áno, o akú konkrétnu udalosť či akciu ide?

Prosím, uveďte názov aspoň jednej z akcií (udalostí).

.....

.....

15. Zapája firma, podľa Vášho názoru, svojich zákazníkov do zaujímavých aktivít?

- ☐ áno, pravidelne
☐ občas áno
☐ nie

16. Ocenili by ste častejšie organizovanie akcií určených pre zákazníkov?

- ☐ áno, samozrejme
☐ je mi to jedno
☐ nie