

Vliv moderních technologií na image podniku

Vážená paní, vážený pane,

touto cestou bych Vás ráda poprosila, zda byste mohli věnovat několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku. Jsem studentkou **Českého vysokého učení technického v Praze**, oboru *Projektové řízení inovací*. Tento dotazník slouží jako podkladový materiál pro mou diplomovou práci s názvem *Psychologie reklamy a její využití pro podporu image organizace*.

Na základě tohoto průzkumu bych ráda zjistila, jakým způsobem jsou jednotlivé značky vnímány spotřebiteli a zda spotřebitelé kladou důraz na celkovou image podniku, pomocí níž se podnik prezentuje.

Výsledky tohoto průzkumu jsou zcela anonymní a poslouží pouze pro soukromé účely mé diplomové práce. Pokud byste měli jakékoliv dotazy nebo připomínky, neváhejte mě kontaktovat na emailové adrese limbepet@cvut.cz.

Jako poděkování za Vaši ochotu vyplnit dotazník připojuji níže také odkaz na zajímavý **článek o využívání umělé inteligence ke sledování emocí zákazníků**.

<https://www.info.cz/strategie/usmev-prosim-jak-prodejci-vyuzivaji-umelou-inteligenci-ke-sledovani-emoci-zakazniku-42609....>

Předem děkuji za Váš čas a Vaše odpovědi.

Petra Limberská, studentka MÚVS ČVUT

1) Jste muž nebo žena?

- muž
- žena

2) Kolik je Vám let?

- 15-25 let
- 26-35 let
- 36-45 let
- 46-55 let
- 56 let a více

3) Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- středoškolské
- vyšší odborné
- vysokoškolské

4) Rozhodli jste se někdy o nákupu zboží nebo služeb na základě reklamy?

- ano
- ne

11) Vzpomínáte si na nějakou reklamu nebo propagaci některé ze zmiňovaných firem? Pokud ano, stručně prosím uveďte příklad.

- otevřená odpověď

12) Jsou podle Vás v následujících obchodech využívány moderní technologie k zaujetí Vaší pozornosti?

	ano	ne
L'Oréal	x	x
BENU	x	x
Datart	x	x
Adidas	x	x

13) Pokud by v obchodě bylo možné zdarma využívat následující technologie, které z níže uvedených byste kladně ocenili? Možnost zaškrtnout více odpovědí.

- interaktivní tabule
- samoobslužné skenování zboží pomocí ručního skeneru
- elektronické cenovky (dále umožňuje popis a užití zboží, zásoba, akční nabídka atd.)
- mobilní nákupní asistent (načítání zboží a platba pomocí telefonu, informace o speciálních nabídkách, pomoc s orientací v obchodě)
- podlahové interaktivní poutače (informace o zboží v nejbližším okolí, možnost jednoduchých her reagujících na pohyb a našlápnutí)
- ovládání produktů pomocí aplikací
- virtuální realita

14) V jakém obchodě byste se spíše zastavili, abyste se dozvěděli více informací o jejich produktech?



15) V jakém obchodě byste se spíše zastavili, abyste se dozvěděli více informací o jejich produktech?



16) V jakém obchodě byste se spíše zastavili, abyste se dozvěděli více informací o jejich produktech?



17) V jakém obchodě byste se spíše zastavili, abyste se dozvěděli více informací o jejich produktech?



18) Líbí se Vám vzhled produktů, které níže jmenované společnosti nabízejí?

	1	2	3	4	5	6	7	
L'Oréal - ne, jejich produkty se mi nelíbí	X	X	X	X	X	X	X	Ano, jejich produkty se mi velice líbí
BENU - ne, jejich produkty se mi nelíbí	X	X	X	X	X	X	X	Ano, jejich produkty se mi velice líbí
Datart - ne, jejich produkty se mi nelíbí	X	X	X	X	X	X	X	Ano, jejich produkty se mi velice líbí
Adidas - ne, jejich produkty se mi nelíbí	X	X	X	X	X	X	X	Ano, jejich produkty se mi velice líbí

19) Jak se Vám líbí myšlenka, že jste při nákupu sledováni?

	1	2	3	4	5	6	7
Tato představa je mi velice nepříjemná	X	X	X	X	X	X	X

Tato představa mi nevádí, jsem přesvědčen/a, že to firmě pomůže lépe se orientovat na potřeby zákazníků

20) Přidělte prosím body jednotlivým firmám za jejich image a propagaci na veřejnosti.

- online nástroj

21) Líbí se Vám, že někdo zkoumá Vaše nákupní zvyklosti za účelem nabídky zboží nebo služeb na míru?

- ano
- ne

22) Které z následujících vlastností přisuzujete níže jmenovaným společnostem? Možnost zaškrtnout více odpovědí.

	L'Oréal	BENU	Datart	Adidas
Důvěryhodná	X	X	X	X
Společensky odpovědná	X	X	X	X
Komunikativní	X	X	X	X
Inovativní	X	X	X	X
Jedinečná	X	X	X	X
Inspirativní	X	X	X	X

23) Na škále od 1 do 5 seřadte následující aspekty, které při nákupu oceňujete nejvíce (1 - nejvíce důležité, 5 - nejméně důležité)

- Pravdivé zobrazení produktů v reklamách
- Možnost využití interaktivních přístrojů na vyzkoušení produktů
- Příjemné prostředí (barvy, osvětlení, vůně, hluk aj.)
- Image firmy, její hodnoty a filosofie
- Snaha odlišení se od konkurence; inovace

24) Existuje nějaké doporučení ohledně sebe prezentace, které byste rádi navrhli některé z výše jmenovaných firem? Pokud ano, krátce prosím popište.

- otevřená odpověď