**Příloha:** Scénář dotazníkového šetření

**Cíl dotazníkového šetření:**

Odborně uspořádat současné názory respondentů
Získat bližší přehled o klientele společnosti L`Oréal Česká republika s.r.o. Zjistit míru spokojenosti dotazujících k výrobkům a službám společnosti Získat nové poznatky za účelem řešení a vytvoření návrhů opatření

**Metodika a zaměření dotazníkového šetření:**

Objektivita vědeckého výzkumu závisí na vědecky správném vymezení problematiky a precizním formulování otázek výzkumu na jedné straně, ale stejně tak na výstižném výběru a použití adekvátní výzkumné metody. Autorka práce si stanovila dvě techniky sběru informací – dotazníkové a terénní šetření. Samotný návrh dotazníku byl vytvořen na internetové platformě Survio.com a byl konzultován s kvalifikovanými odborníky marketingového oddělení L`Oréal Česká republika s.r.o. V dotazníkovém šetření byl zhotovený dotazník umístěn na sociální sítě k vyplnění. Terénní šetření mělo dále za úkol zachytit širší okruh respondentů. Autorka proto dotazník v tištěné podobě předkládala dotazujícím před prodejnami DM a Rossmann, do kterých společnost distribuuje své zboží.

Všechny odpovědi byly graficky znázorněny a zpracovány prostřednictvím programu Microsoft Excel a Microsoft Word. Konstrukce dotazníku byla tvořena z 10 otázek, z toho 7 uzavřených a 3 otevřených.

Na základě výsledků z obou šetření byly zjištěny problematické oblasti. Z těchto oblastí byly následně řešeny a vytvářeny návrhy opatření a doporučení, která povedou ke zvýšené spokojenosti zákazníků společnosti L’Oréal Česká republika s.r.o.

 **Obsahové zaměření dotazníku:**

**Úvod:**

Dobrý den,

Věnujte prosím několik minut svého času vyplněním následujícíhoo dotazníku. Jeho výsledky mi poslouží v psaní praktické částí mé bakalářské práce na téma „*Návrhy opatření ke zvýšení spokojenosti zákazníků vybraného podniku“* na České zemědělské univerzitě v Praze.

Dotazník vyplňujte s co nejpřesnějšími údaji. Velice mi jeho vyplněním pomůžete.

Děkuji.

**1. Jaké je Vaše pohlaví?**

1. Žena
2. Muž

**2. Kolik Vám je let?**

1. 14-18
2. 19-25
3. 26-35
4. 36-45
5. 46-60
6. 60-více

**3. Věděli jste, že hlavní francouzská společnost L`Oréal S.A. má pod sebou značky jako jsou: La Roche-Posay, Lancôme, Giorgio Armani či NYX Professional Make-up?**

1. Ano
2. Ne
3. Vím o jiných, než výše uvedených

**4. Jaké produkty společnosti společnosti L’Oréal používáte a v jakých obchodech je kupujete?**

Napište jednu nebo více slov…

**5. Věděli jste, že firma L‘Oréal netestuje své produkty na zvířatech?**

1. Ano
2. Ne

**6.** **Slyšeli jste někdy o termínu Episkin?**

1. Ano
2. Ne

**7. Pokud byste chtěli na společnosti něco zlepšit nebo změnit, co by to bylo?**

Napište jedno nebo víc slov…

**8. Znáte a používáte některé z těchto konkurenčních značek? (Schwarzkopf, Avon, Maxfactor, Bourjois, Yves Rocher, Nivea).**

Napište jedno nebo více slov…

**9. Jaká je kvalita zboží ve srovnání s konkurencí?**

1. Mnohem lepší
2. O něco lepší
3. Zhruba stejná
4. O něco horší
5. Mnohem horší

**10. Doporučil/a byste společnost a její produkty svým přátelům?**

 a) Určitě ano

 b) Pravděpodobně ano

 c) Nevím

 d) Pravděpodobně ne

 e) Určitě ne

**Počet respondentů:**

Celého výzkumu se zúčastnilo 85 respondentů ve věku 19-60 let

**Délka šetření:**

Dotazníkové šetření probíhalo necelý měsíc, a to v rozmezí od 1. do 25. srpna 2022.