

## Přílohy

Příloha 1 Podoba dotazníku .....	1
Příloha 2 Přepis rozhovoru s Brand Managerem Nordblanc Martinem Zachou .....	5

### ***Příloha 1 Podoba dotazníku***

Dobrý den,

chtěla bych Vás moc poprosit o vyplnění krátkého dotazníku sloužící k mé bakalářské práci. Vyplnění zabere pár minut, za každou odpověď Vám budu velmi vděčná, velmi mi pomohou při výzkumné části práce.

Děkuji, hezký den

Natálie Šebková

1. Jaké je vše pohlaví? (\* = povinná)

*vyberte jednu odpověď*

- Muž
- Žena
- Nechci uvádět

2. Jaký je váš věk?\*

*vyberte jednu odpověď*

- Menší 18 let
- 18-24
- 25-34
- 35-44 let
- 45-54 let
- 55+

3. U kterých značek nejvíce nakupujete sportovní oblečení a outdoorové oblečení?\*

*vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Nike

- Adidas
- Salomon
- The North Face
- Alpine pro
- Columbia
- Nordblanc
- Hannah
- Pantagonia
- Kilpi
- Jiné

4. Při nákupu sportovního oblečení je pro mě důležitý český původ značky?\*

*na stupnici od 0 až 10, kde 0 rozhodně ne a 10 rozhodně ano*

0    1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

5. Jaký faktor je pro vás nejdůležitější při výběru sportovního oblečení?\*

*ohodnoťte prosím jednotlivé faktory podle míry jejich vlivu na bodové stupnici od 1 do 5.*

	Velmi ovlivňuje	Spíše ovlivňuje	Nevím/ neutrální	Spíše neovlivňuje	Vůbec neovlivňuje
Cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kvalita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Styl/design	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Značka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dostupnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Pokud jste v předchozí otázce uvedl/a, že vás značka při výběru sportovního oblečení ovlivňuje, uveďte důvody, proč je pro vás právě značka klíčovým faktorem.

*vyberte jednu nebo více odpovědí (pokud na vás značka nemá vliv, můžete tuto otázku přeskočit)*

- Důvěra v kvalitu značkového oblečení díky předchozím zkušenostem
- Loajalita (značka, kterou mám rád a často ji nakupuji)
- Design a styl značky

- Trendy a popularita
- Prestiž a uznání (značka pro mě představuje statusový symbol ve společnosti)
- Pocit vnitřní potřeby nosit značkové oblečení, protože mi dává dobrý pocit a sebevědomí
- Doporučení od sportovců, známých osobností, influencerů
- Jiné

7. Jak dobře znáte značku Nordblanc?\*

*vyberte jednu možnost*

- Velmi dobře
- Dobře
- Průměrně
- Málo
- Vůbec – vyplňte prosím jen ty otázky v dotazníku, které jsou označené hvězdičkou jako povinné

8. Co se Vám vybaví, když se řekne značka Nordblanc?

*vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Kvalita
- Logo
- Vysoká cena
- Sport
- Jiné

9. Jak hodnotíte kvalitu produktů Nordblanc?

*ohodnoťte od 1 do 10, kde je 1 velmi špatná a 10 velmi dobrá*

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

10. Jak vnímáte design značky Nordblanc?

*na stupnici od 1 až 10, kde 1 velmi zastaralý a 10 velmi moderní*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11. Jak cenově dostupné považujete produkty značky Nordblanc v poměru k výkonu?

*vyberte jednu možnost*

- Velmi dostupné
- Dostupné
- Méně dostupné
- Nedostupné

12. Jak byste hodnotili funkčnost produktů značky Nordblanc? (nepromokavost, prodyšnost...)

*ohodnoťte od 1 do 10, kde 1 je velmi špatná a 10 velmi dobrá*

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

13. Kolikrát jste již zakoupili produkt značky Nordblanc?

*vyberte jednu možnost*

- 1krát
- 2krát
- 3krát a více
- Ještě žádný produkt jsem nekoupil/a

14. Které produkty od značky Nordblanc vlastníte?

*vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Boty
- Trička/mikiny
- Kalhoty/šortky
- Doplnky ke sportu
- Nic
- Jiné

15. Kterého typu reklamy si u značky Nordblanc všimáte nejčastěji?

*vyberte jednu odpověď*

- Billboardy
- Internet

- Sociální sítě
- Jiné

16. Reklamy a kampaně mě motivují k nákupu.

*na stupnici od 1 až 10, kde 1 rozhodně ne a 10 rozhodně ano*

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

17. Jste loajální zákazník Nordblanc a upřednostňujete ji před konkurencí?

*na stupnici od 1 až 10, kde 1 rozhodně ne a 10 rozhodně ano*

0      1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

18. Máte v plánu si v budoucnu znovu zakoupit produkty značky Nordblanc?

*vyberte jednu možnost*

- Určitě ano
- Pravděpodobně ano
- Nevím
- Pravděpodobně ne
- Určitě ne

19. Doporučil/a bych Nordblanc přátelům a známým?

*vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Ne
- Nevím

## ***Příloha 2 Přepis rozhovoru s Brand Managerem Nordblanc Martinem Zachou***

*1. Které konkrétní produkty jsou dle Vašeho názoru nejprodávanější?*

Vím přesně, které produkty jsou konkrétně nejprodávanější. Samozřejmě záleží, v jaké sezóně a za jaké období. Jestli na e-shopu nebo na prodejně. Pro nás je stěžejní zimní sezóna, takže můžu říct, že nejprodávanější na e-shopu byl za tuto zimní sezónu dámský zimní kabát, zimní bunda a pak pánská mikina. Na prodejnách je to zase trochu jiné.

2. *Jaké hlavní výhody vidíte u značky Nordblanc ve srovnání s konkurencí? Čím se podle Vás nejvíce odlišuje?*

Vidím výhodu ve schopnosti rychle reagovat na konkrétní poptávku po typech oblečení a barvách, otázka je, jestli to dokážeme naplno využít. Taky vnímám velkou zkušenost v návrhu oblečení a odvahu inovovat jejich střihy. Vzhledem k marketingu vidím výhodu v tom, že se nebojíme do kreativy a celkově marketingu dát větší množství peněz a tím třeba i oslovit jiný tip zákazníků i třeba inovativními technikami.

3. *Které faktory podle Vás nejvíce ovlivňují výběr zákazníků při nákupu sportovního oblečení?*

Z pohledu zákazníka hodně záleží, na jaký typ sportovního oblečení se zaměřujeme a taky o jakého zákazníka z jakého segmentu se jedná. Je to jiné pro lyžařskou bundu a jiné pro sportovní tričko, stejně jako pro rekreačního snowboardistu ve věku 19-23 let a pro bývalého profesionála, který chodí na skialpy na několik dní a je ve věku 35-45 let. Průměrně klíčová je podle mě u technických kategorií oblečení, jako je lyžařská bunda, znalost a vnímaná kvalita značky, v závěsu je potom vnímaná technologie a potom až střih a vzhled, případně cena. Ale tím, jak jsou si značky, materiály, technologie a střihy podobné, tak nakonec může rozhodnout třeba jen cena nebo atraktivita značky, případně pohodlnost nákupu.

4. *Myslíte si, že místo výroby ovlivňuje vnímání kvality produktů nebo poptávku ze strany zákazníků?*

Myslím, že určitě ano, samozřejmě místo výroby může mít pejorativní význam (je to „čínské“), takže to ovlivňuje obojí. Důležité je si ale uvědomit, že třeba u vysoce technických výrobků (např. lyžařské bundy) se volí výroba ve špatně vnímaných zemích třeba z velké části i kvůli tomu, že tam je už aktuálně nejlepší dostupná technologie výroby takových výrobků. Takže to je přesně v rozporu s vnímáním společnosti, která takové přesvědčení právem získala během posledních desítek let, nicméně teď už je kvalita výroby právě výsadou těchto zemí. Opět záleží ale podle zákaznického segmentu.

5. *Které marketingové kanály (sociální sítě, kampaně) podle Vás nejlépe podporují budování povědomí o značce a ovlivňují nákupní chování?*

V dnešní době to musí být vždy dobře zvolený mix, který se doplňuje a překrývá. Konkrétně povědomí o značce se dá hezky a poměrně levně budovat na sociálních sítích i organicky. Nicméně tam neodchytíme všechny segmenty našich zákazníků, proto je

nepostradatelná televize, stejně jako offline kanály. Nákupní chování pak ovlivňujeme zejména na sociálních sítích, celkově v online a v okolí prodejen, kde je POS v dosahu.

6. *Jste hrdý na to, že pracujete pod značkou Nordblanc? Co Vás na této práci nejvíce těší?*

Ano, jsem na to hrdý, tvorba a management značky byla vždy část marketingu, která mě nejvíce bavila, zároveň sport, hory a zájem o módu jsou pro mě v životě hodně důležité, takže pokud můžu tvořit značku, která všechny tyto zájmy spojuje, je to pro mě něco na co můžu být hrdý. Samozřejmě každá značka má něco svého a řekl bych, že bych si dokázal představit i jiné značky na které může být člověk i více hrdý, například pokud pracujete vyloženě pro národní sportovní tým nebo dobročinné organizace. Nejvíce mě těší, že můžu propojit moje životní zájmy a vášně, zároveň vytvářím něco, co dává smysl a moje každodenní práce není jednotvárná, spíše se skládá z více částí, která každá vytěžuje jinou moji schopnost.

7. *Používáte Vy osobně produkty značky Nordblanc?*

Ano, samozřejmě testuji naše nové produkty a vzhledem k mému sportovnímu životu a životu v horách mnoho výrobků využiju i mimo zkoušení a testování nových produktů. Ale pořád potřebuji být v obraze i v produktech, které vyrábějí jiné značky a které se třeba stávají trendy, takže často pak nosím i ty. Takže často využívám naše produkty i v kombinaci s jinými značkami. Některé naše produkty už mám samozřejmě několik let, protože jsem si je oblíbil.