

# Řízení vztahu se zákazníkem prostřednictvím sociálních sítí

Vážená paní, vážený pane,

vřele Vás prosím, abyste si udělali pár minut čas k vyplnění mého dotazníku k diplomové práci na téma „Řízení vztahu se zákazníkem prostřednictvím sociálních sítí na vzorku významných firem střední a východní Evropy“.

Dotazník je rozesílán pouze vzorku 500 nejvýznamnějších firem ve střední Evropě. Jako poděkování za vyplnění dotazníku Vám rád zašlu výsledky mého šetření.

Pokud se firma touto oblastí nezabývá, přesto Vás prosím, abyste dotazník vyplnili, jelikož v tomto případě potrvá jeho vyplnění pouze 1 minutu, pro můj výzkum budou tato zjištěná fakta neméně významná.

## Jaké je zaměření firmy?

*(více možností)*

B2C (obchodník-zákazník)

B2B (obchodník-obchodník)

## Co je hlavním předmětem podnikání firmy?

Výrobní průmysl

Energetický průmysl

Velkoobchod

Maloobchod

Finanční sektor

Služby

Jiný

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

## Používá firma CRM (customer relationship management)?

*pozn. CRM-řízení vztahů se zákazníky*

Ano

Ne (uvedte prosím důvod)

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

## Jakou roli zastupuje CRM ve firmě?

*(vyberte na škále 1-4)*

1 Nedůležitou

2 Spíše nedůležitou

3 Spíše důležitou

4 Velice důležitou

Nevím

## Jaký používáte systém CRM?

Salesforce

Oracle

Microsoft

Sugar CRM

SAP

Jiný

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

**Využívá firma Sociální CRM? (tj. využívání sociálních médií, např. Facebooku, jako nástroje pro řízení vztahů se zákazníky)**

- Ano
- Ne

**Jakou roli zastupuje Sociální CRM ve firmě?**

*(vyberte na škále 1-4)*

- 1 Nedůležitou
- 2 Spíše nedůležitou
- 3 Spíše důležitou
- 4 Velice důležitou
- Nevím

**Používá firma některá z těchto sociálních médií k řízení vztahů se zákazníkem?**

*(více možností)*

- Facebook
- Twitter
- YouTube
- Google+

- LinkedIn
- Instagram
- Flickr
- Blogy vaší organizace
- Blogy zaměstnanců firmy
- Diskusní fóra
- Virtuální světy
- Mobilní aplikace
- Jiné

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

## Jaký obsah vkládáte na sociální média?

*(více možností)*

- Základní informace (základní informace o činnostech firmy, propagace produktů, akce a slevy)
- Recenze produktů (s klady i zápory, ne formou propagace)
- Sdílení nových záměrů firmy (s možnostmi zpětné vazby zákazníků)
- Odpovědi na zákaznické otázky (odpovědi na komentáře)
- Obsah pro zvýšení angažovanosti zákazníků (sdílení, komentáře, vytváření vtipných videí apod. je/může být odměněno)
- Další možnost

## Využíváte pro Sociální CRM speciální systém?

- Ne, aplikace pro podporu Sociálního CRM jsou součástí našeho firemního CRM systému



Nevyužíváme systém, jen samostatná sociální média



Ano (napište prosím jaký)

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

## Proč myslíte, že vaši zákazníci přichází do styku s firmou na sociálních médiích.

*(seřadte od nejpravděpodobnějšího po nejméně pravděpodobné)*

- ❖ 1. kvůli pobídkám (slevy, kupóny, informace o akčních nabídkách)
- ❖ 2. kvůli efektivnějšímu řešení zákaznických problémů
- ❖ 3. kvůli možnosti zpětné vazby
- ❖ 4. kvůli zábavě
- ❖ 5. kvůli novým možnostem interakce
- ❖ 6. kvůli specializovanému marketingu

Následující otázka: „**Využívání sociálních sítí umožní našemu CRM systému...**“ je rozdělena do více otázek (12.-18.), jelikož u každé její odpovědi hodnotíte škálu v podobě 1-5 hvězdiček

## Využívání sociálních sítí umožní analyzovat reakce na marketingovou kampaň

*(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4- spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)*



▲  
0/5

## Využívání sociálních sítí umožní customizaci komunikace se zákazníky

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)



## Využívání sociálních sítí přináší příležitosti pro cross-selling a up-selling

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím) cross-selling = aktivity, jejichž účelem je navýšit celkovou objednávku zákazníka doporučením souvisejícího zboží up-selling = snaha prodat dražší řešení zákaznickova problému, např. vyšší model výrobku či pokročilejší verzi služby



## Využívání sociálních sítí umožní podporu prodejnímu oddělení díky informacím o zákaznících

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)



## Využívání sociálních sítí umožní kalkulaci míry udržení zákazníků

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)



## Využívání sociálních sítí umožní podporu marketingového plánování a tvoření rozpočtů

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)



## Využívání sociálních sítí umožní kalkulaci customer lifetime value (životní hodnota zákazníka)

(1- silně nesouhlasím, 2- spíše nesouhlasím, 3- neutrální, 4-spíše souhlasím, 5- silně souhlasím)



## Jak byste hodnotili přínos Sociálního CRM firmě celkově?

(vyberte na škále 1-4)

- 1 Žádný (využívání sociálních médií naší firmě nijak neprospělo)
- 2 Malý (snažíme se držet krok s dobou, ale přínos SCMR nehodnotíme jako konkurenční)

výhodu)

- 3 Střední (Sociální CMR je důležitou součástí naší firmy a jeho kladný dopad je měřitelný)
- 4 Velký (Sociální CMR je nedílnou součástí naší firemní strategie, angažovanost zákazníků dosahuje nejvyšší úrovně a získané informace nám pomohli přinést jak hodnotu zákazníkům a uspokojit jejich potřeby, tak hodnotu naší firmě v podobě zvýšení zisků)
- Nevím

### **Využíváte sociální média jako nástroj pro odpověď na konkurenční marketingové kampaně?**

- Ano
- Ne

### **Má firma nějakou strategii pro Sociální CRM?**

- Ano a považujeme ji za konkurenční výhodu na sociálních médiích
- Ano, ale kopírujeme pouze chování konkurence
- Žádnou

### **Jaká je míra angažovanosti vašich zákazníků na sociálních médiích?**

*(vyberte na škále 1-4)*

- 1 Žádná
- 2 Malá
- 3 Střední
- 4 Velká
-



Nevím

**Kdo má povolení vstoupit na sociální media, které vaše firma využívá a popřípadě utvářet jejich obsah v pracovní době?**

*(více možností)*

- Vedoucí pracovníci
- Marketingové oddělení
- Specializovaní pracovníci
- Všichni pracovníci

**Chtěla by vaše firma do budoucna využívat možnosti sociálních médií více?**

- Ano
- Ne

**Existují nějaké bariéry ve využívání Sociálního CRM?**

- Ano
- Ne

**Jaké bariéry omezují využívání Sociálního CRM ve vaší firmě?**

*(více možností)*

- Nedostatek financí
- Nemáme dostatečné povědomí o SCMR
- Vedení firmy nemá zájem
- Komplikované integrování do současného CRM systému
- Předmět podnikání
- Jiné

Napište odpověď

Zbývá **100** znaků

Velice Vám děkuji za vynaložené úsilí a strávený čas vyplněním mého dotazníku. Slíbené výsledky dotazníku Vám zašlu ihned po zpracování.

Pokud byste měli jakékoli dotazy neváhejte mě kontaktovat na adrese [jan.pavelka@uhk.cz](mailto:jan.pavelka@uhk.cz)

Ještě jednou děkuji a přeji příjemný zbytek dne

Jan Pavelka

## Nakonec Vás poprosím o celkové ohodnocení dotazníku

*1 hvězdička nejhorší dotazník, 5 hvězdiček nejlepší dotazník (berte v úvahu čas vyplňování, srozumitelnost otázek, intelektuální zapojení a skladbu otázek)*



0/5

**ODESLAT DOTAZNÍK**

Vytvořte si vlastní **dotazník** ([http://www.survio.com/cs/?source=survey\\_footer&medium=link&term=survey\\_link](http://www.survio.com/cs/?source=survey_footer&medium=link&term=survey_link)) zdarma ✓ [Survio](http://www.survio.com/cs/vlastnosti?source=survey_footer&medium=link&term=brand) ([http://www.survio.com/cs/vlastnosti?source=survey\\_footer&medium=link&term=brand](http://www.survio.com/cs/vlastnosti?source=survey_footer&medium=link&term=brand)) Vám pomůže

