

Efektivita propagace a vnímání reklamy zákazníky

Dobrý den,

jsem studentkou Fakulty informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové a tento dotazník doplňuje mou bakalářskou práci na téma Nové trendy v propagaci nápojů a jejich vzájemné porovnání. Analýzou výsledků tohoto dotazníku bych ráda zjistila, jak propagace jednotlivých nápojů působí na zákazníky, jak vnímají jednotlivou reklamu, jaké emoce u zákazníků reklama vyvolává, jak se jim líbí doprovodná hudba, barevnost a její celkový dojem.

Chtěla bych Vás tedy požádat o pár minut Vašeho času k vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník je naprosto anonymní a dobrovolný.

Mnohokrát děkuji

Anna T.

1. Vaše pohlaví?

- ☐ Žena
- ☐ Muž

2. Kolik je Vám let?

3. Jak často konzumujete kolové nápoje (Coca Cola, Pepsi, Kofola) ?

- ☐ Denně
- ☐ Párkrát do týdne
- ☐ Jen výjimečně
- ☐ Vůbec je nekonzumuji

4. Jakému kolovému nápoji dáváte přednost?

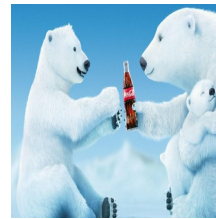
- ☐ Pepsi
☐ Kofola
☐ Coca Cola
☐ Jiné
☐ Žádné

5. Ohodnoťte prosím následující reklamu na Coca Colu - rok 2003 (hodnocení jako ve škole)

Video: <https://www.youtube.com/embed/LCTIKMp0M4s>

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Humor	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

6. Jaký motiv reklamy na Coca Colu se Vám nejvíce líbil?



- ☐ Poděl se o radost ☐ Řekni to písni ☐ Život v automatu na Coca Colu ☐ Lední medvědi ☐ Vánoce

7. Líbí se Vám akce Coca Cola Vánoční kamion? Uvedte proč.

8. Účastnili jste se někdy akce Coca Cola Vánoční kamion?

- ☐ Ano
☐ Ne
☐ Budu se účastnit

9. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



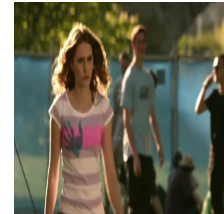
	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

10. Ohodnoťte prosím následující reklamu na Kofolu (hodnocení jako ve škole)

Video: <https://www.youtube.com/embed/f5hEBU725ec>

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Humor	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

11. Jaká reklama na Kofolu se Vám nejvíce líbila?



☐ Vánoce
 ☐ Láska nepotřebuje důkaz (střelnice)
 ☐ Nudapláž
 ☐ Milenci se milují
 ☐ Každý otisk se počítá (festival)

12. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



kofola®



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

13. Ohodnoťte prosím následující reklamu na Pepsi (hodnocení jako ve škole)

Video: https://www.youtube.com/embed/gYGz6k58E_0

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Humor	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

14. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)





	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

15. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Coca Cola? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

16. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Kofola? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

17. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Pepsi? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

18. Jak často konzumujete energetické nápoje (Red Bull, Big Shock, Semtex)?

- ☐ Denně
- ☐ Párkrát do týdne
- ☐ Jen výjimečně
- ☐ Vůbec je nekonzumuji

19. Kterému energetickému nápoji dáváte přednost?

- ☐ Red Bull
- ☐ Big Shock
- ☐ Semtex
- ☐ Jiný
- ☐ Žádný

20. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Red Bull (hodnocení jako ve škole)

Video: <https://www.youtube.com/embed/yBqVKWVKN1U>

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

21. Líbí se Vám zpracování reklam na nápoje Red Bull?

- ☐ Ano
- ☐ Nic výjimečného
- ☐ Ne
- ☐ Nevím

22. Sledujete Red Bull Events?

- ☐ Ano
- ☐ Ne

23. Fandíte nějakému sportovci z Red Bull Rodiny?

- ☐ Ne
- ☐ Ano (uved'te jeho jméno)

24. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

25. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Big Shock (hodnocení jako ve škole)

Video: <https://www.youtube.com/embed/2c3QRuQnJel>

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

26. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

27. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Semtex (hodnocení jako ve škole)

Video: <https://www.youtube.com/embed/bDX6XMjLRN4>

	1	2	3	4	5
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

28. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

29. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na energetický nápoj Red Bull? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

30. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na energetický nápoj Big Shock? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

31. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na energetický nápoj Semtex? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ / 5

32. Jakou balenou vodu upřednostňujete?

- ☐ Mattoni
- ☐ Aquila
- ☐ Jiné
- ☐ Nepiji balenou vodu, preferuji vodu z kohoutku

33. Ohodnoťte prosím následující reklamu na vodu Mattoni (hodnocení jako ve škole)

Video: https://www.youtube.com/embed/cTZ4bqHWh_E

	1	2	3	4	5
Hudba	☐	☐	☐	☐	☐
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

34. Máte povědomí o společenských akcích sponzorovaných společností Mattoni?

☐ Ne

☐ Ano, například společenská akce... (zadejte prosím název společenské akce)

35. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

36. Ohodnoťte prosím následující reklamu na vodu Aquila (hodnocení jako ve škole)

Video: https://www.youtube.com/embed/_PGVFdxBYo

	1	2	3	4	5
Hudba	☐	☐	☐	☐	☐
Kreativita	☐	☐	☐	☐	☐
Poutavost	☐	☐	☐	☐	☐
Celkové hodnocení reklamy	☐	☐	☐	☐	☐

37. Zúčastnili jste se někdy nějaké soutěže s vodou Aquila?

☐ Ano

☐ Ne

38. Jak shledáváte projekt Aquila "Podporujeme mladé talenty" (viz nová dívčí skupina Aqababes a mnoho dalších)?



/ 5

39. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)



	1	2	3	4	5
Font	☐	☐	☐	☐	☐
Barevnost	☐	☐	☐	☐	☐
Známost	☐	☐	☐	☐	☐
Tradičnost	☐	☐	☐	☐	☐
Modernost	☐	☐	☐	☐	☐
Spojení s hodnotami společnosti	☐	☐	☐	☐	☐
Celkový vzhled	☐	☐	☐	☐	☐

40. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na vodu Mattoni? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ ☐ / 5

41. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na vodu Aquila? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

☆☆☆☆☆ ☐ / 5

42. Podporujete výše zmíněné nápoje na sociální síti Facebook?

- ☐ Ano
- ☐ Ne
- ☐ Nemám profil na Facebooku
- ☐ Ne, podporuji je na jiné sociální síti (uveďte prosím)

43. Za jakým účelem sledujete vaše oblíbené nápoje na Facebooku? (možnost výběru více odpovědí)

- ☐ Soutěže
- ☐ Fotografie
- ☐ Články
- ☐ Aktuality
- ☐ Společenské akce
- ☐ Sponzoring sportovců, muzikantů, ...
- ☐ Nesleduji

44. Dle čeho se rozhodujete při koupi některého z výše uvedených nápojů?

- ☐ Cena
- ☐ Chuť
- ☐ Složení
- ☐ Obal
- ☐ Oblíbenost
- ☐ Množství/Cena