Efektivita propagace a vnímání reklamy zákazníky
### Základní údaje

<table>
<thead>
<tr>
<th>Název výzkumu</th>
<th>Efektivita propagace a vnímání reklamy zákazníky</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Autor</td>
<td>Anna Tůmová</td>
</tr>
<tr>
<td>Jazyk dotazníku</td>
<td>Čeština</td>
</tr>
<tr>
<td>Veřejná adresa dotazníku</td>
<td><a href="http://www.survio.com/survey/d/Y8B9V6K7Y9D9O5S8F">http://www.survio.com/survey/d/Y8B9V6K7Y9D9O5S8F</a></td>
</tr>
<tr>
<td>První odpověď</td>
<td>15. 12. 2014</td>
</tr>
<tr>
<td>Poslední odpověď</td>
<td>29. 01. 2015</td>
</tr>
<tr>
<td>Doba trvání</td>
<td>46 dnů</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Statistika respondentů

<table>
<thead>
<tr>
<th>Počet návštěv</th>
<th>Počet dokončených</th>
<th>Počet nedokončených</th>
<th>Pouze zobrazení</th>
<th>Celková úspěšnost vyplnění dotazníku</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>159</td>
<td>106</td>
<td>9</td>
<td>44</td>
<td>66,67%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Historie návštěv (15. 12. 2014 – 29. 01. 2015)

Celkem návštěv

Zdroje návštěv

Čas vyplňování dotazníku

Pouze zobrazeno (27,67%)
Nedokončeno (5,66%)
Dokončeno (66,67%)

Přímý odkaz (100,00%)

1 min. (43,75%)
1-2 min. (4,17%)
2-5 min. (4,17%)
5-10 min. (15,63%)
10-30 min. (32,29%)
Výsledky

1. Vaše pohlaví?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Žena</td>
<td>56</td>
<td>52.83%</td>
</tr>
<tr>
<td>Muž</td>
<td>50</td>
<td>47.17%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

2. Kolik je Vám let?
Textová odpověď, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

- (22x) 21
- 16
- (2x) 41
- (9x) 24
- 15
- (4x) 26
- (14x) 22
- (17x) 25
- 48
- 27
- (3x) 35
- 13
- (11x) 20
- (6x) 19
- 42
- (2x) 18
- (3x) 38
- (3x) 23
- -2
- 36
- 30
- 29

3. Jak často konzumujete kolové nápoje (Coca Cola, Pepsi, Kofola) ?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Denně</td>
<td>15</td>
<td>14.15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Párkrát do týdne</td>
<td>19</td>
<td>17.92%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jen výjimečně</td>
<td>37</td>
<td>34.91%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vůbec je nekonzumují</td>
<td>35</td>
<td>33.02%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
4. Jakému kolovému nápoji dáváte přednost?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Pepsi</td>
<td>12</td>
<td>11.32%</td>
</tr>
<tr>
<td>Kofola</td>
<td>40</td>
<td>37.74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Coca Cola</td>
<td>35</td>
<td>33.02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jiné</td>
<td>0</td>
<td>0.00%</td>
</tr>
<tr>
<td>Žádné</td>
<td>19</td>
<td>17.92%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

5. Ohodnotíte prosím následující reklamu na Coca Colu - rok 2003 (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>71</td>
<td>24</td>
<td>5</td>
<td>4</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Humor</td>
<td>5</td>
<td>7</td>
<td>76</td>
<td>12</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>71</td>
<td>25</td>
<td>5</td>
<td>1</td>
<td>4</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>13</td>
<td>78</td>
<td>9</td>
<td>4</td>
<td>2</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Odpovědi

- Kreativita: 71% (66.98%)
- Humor: 5% (4.72%)
- Poutavost: 71% (66.98%)
- Celkové hodnocení reklamy: 13% (12.26%)
6. Jaký motiv reklamy na Coca Colu se Vám nejvíce líbil?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Poděl se o radost</td>
<td>14</td>
<td>13.21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Řekni to písní</td>
<td>2</td>
<td>1.89%</td>
</tr>
<tr>
<td>Život v automatu na Coca Colu</td>
<td>34</td>
<td>32.08%</td>
</tr>
<tr>
<td>Lední medvědi</td>
<td>26</td>
<td>24.53%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vánoce</td>
<td>30</td>
<td>28.30%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Textová odpověď, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

- Ano líbí, je to pěkná společenská akce, dobrý nápad a upoutá to pozornost.
- (18x) Ne
- Táta jezdí s kamionem
- Nellí - zbytečná kolona vozů s maximálním osvícením
- Navození vánoční atmosféry.
- Není špatná, nicméně konkrétně na Kolínský region mi příjezd neusporádaná. Na loňské jsem byl cca půl hodiny předem, než přijel kamion. Byla to jedna obrovská tlačení a to bylo vážně nepříjemné. Proto pokud půjdu příště, tak budu koukat jen z dálky.
- Ano. Originální způsob jak přilákat lidi.
- cola zdarma:D
- Děti si to užijí.
- Spíš se mi líbí ta melodie...
- ...
- ne, neúčastním se
- (10x) Ne.
- prostě tradice vánoce ;) bez týhle reklamy by to nešlo
- hodne se mi líbí ;)
- Ne, akorát přináší do Čech Santu místo Ježíška.
- Ano, zpětření
Efektivita propagace a vnímání reklamy zákazníků

Kamion Coca Cola už je prostě s Vánocí spojený, Coca Cola se na Vánoce hodí, díky reklamě to máme zažitý,

Nezajímam se o ne.

Libí jelikož se zde sejdou vždy hromady lidí a rodiny s dětmi. Je to sice asi spíš podle vzoru Ameriky, ale proč ne.

Už je to tradice.

Ne, akce nemá žádný význam; nic se na ní neděje; děti jsou z ní zklamané.

Moc ne, protože celkem negativně ovlivňuje vnímání tradičních českých vánočních reklam, ale je to vše. Nejsem moc zastáncem takovýchto akcí.

Ne, nemám rád reklamy.

Ne. snaží se protlačit myšlenku USA vánoc, čímž dehonestuje naše tradice.

Ano jedna se o poutavý nápad

Ano libí, každé dítě si určitě od první chvíle co v dětství reklamu vidělo přeje ten kamion vidět.

Je to zpestření, když v rámcích vánoční reklamy není to agresivní, jako jiné reklamy. O vánočních většinou ty reklamy evokuji pohodu, rodinnou atmosféru a to k vánočním patří.

Dobrý přístup, který zapojí více lidí do akce....

je to pěkný.....ale nějak mě to neoslovuje

dávají nápoje zdarma :D

Nezajímám se.

Do ČR se podle mě tato reklama nehní. Jsem zastánce Ježíška.

Pro děti je to určitě super, spoustu zábavy.

Vánoční atmosféra

Akce v pohodě, ale nemám zapotřebí se honit za Coca-Colou zdarma :)

Je to dobré hlavně pro malé děti, které mohou vidět vánoční kamion na vlastní oči.

nemůžu posoudit, akci nevidím

Ano- Myslím, že se z toho stala už taková tradice.

ano, nová spol akce

ano, super akce

ne, cpe se sem amerika

Ano, je to něco nového

ne, máme své tradice a ježíška .... prosazují zde něco, co pro nás nemá hodnotu
8. Účastnili jste se někdy akce Coca Cola Vánoční kamion?

Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ano</td>
<td>20</td>
<td>18.87%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>78</td>
<td>73.58%</td>
</tr>
<tr>
<td>Budu se účastnit</td>
<td>8</td>
<td>7.55%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>76 (71.70%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>27 (25.47%)</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>61 (57.55%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>97 (91.51%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>0</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>92 (86.79%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>68 (64.15%)</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>21 (19.81%)</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>48 (45.28%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>75 (70.75%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
10. Ohodnoťte prosím následující reklamu na Kofolu (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>96 (90,57%)</td>
<td>3 (2,83%)</td>
<td>3 (2,83%)</td>
<td>0</td>
<td>4 (3,77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Humor</td>
<td>48 (45,28%)</td>
<td>53 (50,00%)</td>
<td>1 (0,94%)</td>
<td>0</td>
<td>4 (3,77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>42 (39,62%)</td>
<td>7 (6,60%)</td>
<td>52 (49,06%)</td>
<td>2 (1,89%)</td>
<td>3 (2,83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>94 (88,68%)</td>
<td>7 (6,60%)</td>
<td>0</td>
<td>1 (0,94%)</td>
<td>4 (3,77%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

11. Jaká reklama na Kofolu se Vám nejvíce líbila?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vánoce</td>
<td>40</td>
<td>37,74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Láska nepotřebuje důkaz (strčnelice)</td>
<td>16</td>
<td>15,09%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nudapláž</td>
<td>23</td>
<td>21,70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Milenci se milujou</td>
<td>9</td>
<td>8,49%</td>
</tr>
<tr>
<td>Každý otisk se počítá (festival)</td>
<td>18</td>
<td>16,98%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

0%       5%   10%   15%   20%   25%   30%   35%   40%   45%   50%   55%   60%   65%   70%   75%   80%   85%   90%   95%   100%

Kreativita 96 (90,57%) 3 (2,83%) 3 (2,83%) 0 4 (3,77%)
Humor 48 (45,28%) 53 (50,00%) 1 (0,94%) 0 4 (3,77%)
Poutavost 42 (39,62%) 7 (6,60%) 52 (49,06%) 2 (1,89%) 3 (2,83%)
Celkové hodnocení reklamy 94 (88,68%) 7 (6,60%) 0 1 (0,94%) 4 (3,77%)
12. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>28 (26.42%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>23 (21.70%)</td>
<td>66 (62.26%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>86 (81.13%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>0</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>87 (82.08%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>78 (73.58%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>79 (74.53%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

13. Ohodnoťte prosím následující reklamu na Pepsi (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>57 (53.77%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Humor</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>62 (58.49%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>29 (27.36%)</td>
<td>33 (31.13%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
14. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>70 (66.04%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>75 (70.75%)</td>
<td>18 (16.98%)</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Známnost</td>
<td>86 (81.13%)</td>
<td>11 (10.38%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>65 (61.32%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>74 (69.81%)</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>74 (69.81%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>
15. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Coca Cola? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 4/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>33</td>
<td>31.13%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>51</td>
<td>48.11%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>13</td>
<td>12.26%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>7</td>
<td>6.60%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>2</td>
<td>1.89%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Odpovědi: 33 (31,1%), 51 (48,1%), 13 (12,2%), 7 (6,6%), 2 (1,9%)
16. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Kofola? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 2.88/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>11</td>
<td>10.38%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>19</td>
<td>17.92%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>22</td>
<td>20.75%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>54</td>
<td>50.94%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>0</td>
<td>0.00%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
17. Jak byste ohodnotili sílu reklamy na nápoj Pepsi? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)
Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 3.2/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>25</td>
<td>23.58%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>12</td>
<td>11.32%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>33</td>
<td>31.13%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>31</td>
<td>29.25%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>5</td>
<td>4.72%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

18. Jak často konzumujete energetické nápoje (Red Bull, Big Shock, Semtex)?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Denně</td>
<td>15</td>
<td>14.15%</td>
</tr>
<tr>
<td>Párkrát do týdne</td>
<td>27</td>
<td>25.47%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jen výjimečně</td>
<td>48</td>
<td>45.28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Vůbec je nekonzumuji</td>
<td>16</td>
<td>15.09%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
19. Kterémů energetickému nápoji dáváte přednost?
Výběr z možností , zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Red Bull</td>
<td>23</td>
<td>21.70%</td>
</tr>
<tr>
<td>Big Shock</td>
<td>44</td>
<td>41.51%</td>
</tr>
<tr>
<td>Semtex</td>
<td>11</td>
<td>10.38%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jiný</td>
<td>11</td>
<td>10.38%</td>
</tr>
<tr>
<td>Žádný</td>
<td>17</td>
<td>16.04%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

20. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Red Bull
(hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>37 (34.91%)</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>35 (33.02%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>59 (55.66%)</td>
<td>18 (16.98%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
21. Líbí se Vám zpracování reklam na nápoje Red Bull?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ano</td>
<td>26</td>
<td>24.53%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nic výjimečného</td>
<td>39</td>
<td>36.79%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>35</td>
<td>33.02%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nevím</td>
<td>6</td>
<td>5.66%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

22. Sledujete Red Bull Events?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ano</td>
<td>44</td>
<td>41.51%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>62</td>
<td>58.49%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

23. Fandíte nějakému sportovci z Red Bull Rodiny?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>99</td>
<td>93.40%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ano (uveďte jeho jméno)</td>
<td>7</td>
<td>6.60%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Efektivita propagace a vnímání reklamy zákazníků

- Martin Fuksa
- Felix Baumgartner
- Sebastian Vettel
- Vettel
- Amee Fuller
- Martin Fuksa, Hradilek
- Pančochová

24. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>23 (21.70%)</td>
<td>71 (66.98%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>25 (23.58%)</td>
<td>39 (36.79%)</td>
<td>37 (34.91%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>42 (39.62%)</td>
<td>56 (52.83%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>61 (57.55%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>27 (25.47%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>52 (49.06%)</td>
<td>39 (36.79%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>25 (23.58%)</td>
<td>70 (66.04%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

![Graph showing the distribution of responses for each criterion.](image-url)
25. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Big Shock (hodnocení jako ve škole)

Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Kreativita</strong></td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>60 (56.60%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Barevnost</strong></td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>53 (50.00%)</td>
<td>25 (23.58%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Poutavost</strong></td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>61 (57.55%)</td>
<td>25 (23.58%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Celkové hodnocení reklamy</strong></td>
<td>6 (5.66%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>32 (30.19%)</td>
<td>50 (47.17%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Font</strong></td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>22 (20.75%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Barevnost</strong></td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>39 (36.79%)</td>
<td>55 (51.89%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Známost</strong></td>
<td>66 (62.26%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Tradičnost</strong></td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Modernost</strong></td>
<td>56 (52.83%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>22 (20.75%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Spojení s hodnotami společnosti</strong></td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Celkový vzhled</strong></td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>67 (63.21%)</td>
<td>28 (26.42%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
27. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Semtex (hodnocení jako ve škole)

Matici výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>21 (19.81%)</td>
<td>68 (64.15%)</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>80 (75.47%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>73 (68.87%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Matici výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>76 (71.70%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>78 (73.58%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>72 (67.92%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>68 (64.15%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>21 (19.81%)</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>60 (56.60%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>20 (18.87%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>18 (16.98%)</td>
<td>70 (66.04%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 4.13/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>40</td>
<td>37.74%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>47</td>
<td>44.34%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>14</td>
<td>13.21%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>3</td>
<td>2.83%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>2</td>
<td>1.89%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

40 (37,7%)
47 (44,3%)
14 (13,2%)
3 (2,8%)
2 (1,9%)
0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40% 45% 50% 55% 60% 65% 70% 75% 80% 85% 90% 95% 100%
30. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na energetický nápoj Big Shock? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)

Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 1.79/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>0</td>
<td>0.00%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>6</td>
<td>5.66%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>26</td>
<td>24.53%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>14</td>
<td>13.21%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>60</td>
<td>56.60%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

0% 6 (5,7%)
0% 26 (24,5%)
0% 14 (13,2%)
0% 60 (56,6%)
31. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na energetický nápoj Semtex? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)
Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x
Počet hvězdiček 2.25/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>2</td>
<td>1.89%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>10</td>
<td>9.43%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>23</td>
<td>21.70%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>49</td>
<td>46.23%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>22</td>
<td>20.75%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

32. Jakou balenou vodu upřednostňujete?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Mattoni</td>
<td>13</td>
<td>12.26%</td>
</tr>
<tr>
<td>Aquila</td>
<td>17</td>
<td>16.04%</td>
</tr>
<tr>
<td>Jiné</td>
<td>62</td>
<td>58.49%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nepijí balenou vodu, preferuji vodu z kohoutku</td>
<td>14</td>
<td>13.21%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
33. Ohodnocte prosím následující reklamu na vodu Mattoni (hodnocení jako ve škole)

Matici výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hudba</td>
<td>57 (53.77%)</td>
<td>43 (40.57%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>79 (74.53%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>25 (23.58%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>0</td>
<td>5 (4.72%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>27 (25.47%)</td>
<td>69 (65.09%)</td>
<td>5 (4.72%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

34. Máte povědomí o společenských akcích sponzorovaných společností Mattoni?

Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>37</td>
<td>34.91%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ano, například společenská akce... (zadejte prosím název společenské akce)</td>
<td>69</td>
<td>65.09%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

- Zlatý slavík
- (4x) Slavík
- Slavík třeba
- (2x) slavík
- (4x) Český slavík
- Český Slavík
- český lev
- Český Lev
- Jejich Slavík, kde vyhodili Řezníka.
- miss
35. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>71 (66.98%)</td>
<td>26 (24.53%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>15 (14.15%)</td>
<td>74 (69.81%)</td>
<td>11 (10.38%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>36 (33.96%)</td>
<td>63 (59.43%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>46 (43.40%)</td>
<td>14 (13.21%)</td>
<td>42 (39.62%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>66 (62.26%)</td>
<td>16 (15.09%)</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>3 (2.83%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>19 (17.92%)</td>
<td>75 (70.75%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>1 (0.94%)</td>
<td>2 (1.89%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>21 (19.81%)</td>
<td>75 (70.75%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>0</td>
<td>3 (2.83%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>
36. Ohodnoťte prosím následující reklamu na vodu Aquila (hodnocení jako ve škole)
Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hudba</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>24 (22.64%)</td>
<td>55 (51.89%)</td>
<td>4 (3.77%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>66 (62.26%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>13 (12.26%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>10 (9.43%)</td>
<td>71 (66.98%)</td>
<td>12 (11.32%)</td>
<td>7 (6.60%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>8 (7.55%)</td>
<td>66 (62.26%)</td>
<td>17 (16.04%)</td>
<td>9 (8.49%)</td>
<td>6 (5.66%)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

37. Zúčastnili jste se někdy nějaké soutěže s vodou Aquila?
Výběr z možností , zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ano</td>
<td>14</td>
<td>13.21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>92</td>
<td>86.79%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

on-line dotazníky zdarma – www.survio.com
38. Jak shledáváte projekt Aquila "Podporujeme mladé talenty" (viz nová dívčí skupina Aqababes a mnoho dalších)?
Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 2.29/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>3</td>
<td>2.83%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>22</td>
<td>20.75%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>23</td>
<td>21.70%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>13</td>
<td>12.26%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>45</td>
<td>42.45%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

on-line dotazníky zdarma – www.survio.com
39. Jak hodnotíte logo podle následujících kritérií? (hodnocení jako ve škole)

Matice výběru z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>60</td>
<td>17</td>
<td>25</td>
<td>4</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>6</td>
<td>60</td>
<td>18</td>
<td>15</td>
<td>7</td>
</tr>
<tr>
<td>Známnost</td>
<td>12</td>
<td>71</td>
<td>19</td>
<td>4</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>60</td>
<td>17</td>
<td>25</td>
<td>4</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>9</td>
<td>68</td>
<td>17</td>
<td>10</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>7</td>
<td>71</td>
<td>19</td>
<td>7</td>
<td>2</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>58</td>
<td>17</td>
<td>24</td>
<td>7</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>

![Diagram showing the distribution of responses for each criterion.](image-url)
40. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na vodu Mattoni? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)
Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x
Počet hvězdiček 3.8/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>10</td>
<td>9.43%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>76</td>
<td>71.70%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>13</td>
<td>12.26%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>3</td>
<td>2.83%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>4</td>
<td>3.77%</td>
</tr>
</tbody>
</table>
41. Jak by jste ohodnotili sílu reklamy na vodu Aquila? (sílu reklamy rozumíme jako její schopnost přesvědčit zákazníka ke koupi)
Hvězdičkové hodnocení, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

Počet hvězdiček 2.75/5

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>5/5</td>
<td>2</td>
<td>1.89%</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5</td>
<td>10</td>
<td>9.43%</td>
</tr>
<tr>
<td>3/5</td>
<td>61</td>
<td>57.55%</td>
</tr>
<tr>
<td>2/5</td>
<td>25</td>
<td>23.58%</td>
</tr>
<tr>
<td>1/5</td>
<td>8</td>
<td>7.55%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

42. Podporujete výše zmíněné nápoje na sociální síti Facebook?
Výběr z možností, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ano</td>
<td>22</td>
<td>20.75%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne</td>
<td>82</td>
<td>77.36%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nemám profil na Facebooku</td>
<td>1</td>
<td>0.94%</td>
</tr>
<tr>
<td>Ne, podporuji je na jiné sociální síti (uveďte prosím)</td>
<td>1</td>
<td>0.94%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Soutěže</td>
<td>11</td>
<td>10.38%</td>
</tr>
<tr>
<td>Fotografie</td>
<td>32</td>
<td>30.19%</td>
</tr>
<tr>
<td>Články</td>
<td>59</td>
<td>55.66%</td>
</tr>
<tr>
<td>Aktuality</td>
<td>13</td>
<td>12.26%</td>
</tr>
<tr>
<td>Společenské akce</td>
<td>63</td>
<td>59.43%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponzoring sportovců, muzikantů, ...</td>
<td>40</td>
<td>37.74%</td>
</tr>
<tr>
<td>Nesleduji</td>
<td>21</td>
<td>19.81%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Výběr z možností, více možných, zodpovězeno 106x, nezodpovězeno 0x

<table>
<thead>
<tr>
<th>Odpověď</th>
<th>Odpovědi</th>
<th>Podíl</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Cena</td>
<td>48</td>
<td>45.28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Chuť</td>
<td>81</td>
<td>76.42%</td>
</tr>
<tr>
<td>Složení</td>
<td>48</td>
<td>45.28%</td>
</tr>
<tr>
<td>Obal</td>
<td>22</td>
<td>20.75%</td>
</tr>
<tr>
<td>Oblibenost</td>
<td>42</td>
<td>39.62%</td>
</tr>
<tr>
<td>Množství/Cena</td>
<td>44</td>
<td>41.51%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

![Diagram showing the distribution of answers]
# Nastavení dotazníku

<table>
<thead>
<tr>
<th>Otázek na stránku</th>
<th>Všechny</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Povolit odeslat vícekrát?</td>
<td>✔</td>
</tr>
<tr>
<td>Povolit návrat k předchozím otázkám?</td>
<td>✔</td>
</tr>
<tr>
<td>Zobrazovat čísla otázek?</td>
<td>✔</td>
</tr>
<tr>
<td>Náhodné pořadí otázek?</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Zobrazit ukazatel postupu?</td>
<td>✔</td>
</tr>
<tr>
<td>Upozorňovat na odeslání dotazníku?</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Ochrana heslem?</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>IP omezení?</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

---

*on-line dotazníky zdarma – www.survio.com*
Příloha: dotazník

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

Video: https://www.youtube.com/embed/lCTIKMp0M4s

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Humor</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

☐ Poděl se o radu ☐ Řekni to píseň ☐ Život v automatu na Coca Colu ☐ Lední medvědi ☐ Vánoce


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)

![Coca-Cola logo](image)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kritéria</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Známlost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Video: [https://www.youtube.com/embed/f5hEBU725ec](https://www.youtube.com/embed/f5hEBU725ec)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kritéria</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Humor</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
11. Jaká reklama na Kofolu se Vám nejvíce líbila?

- Vánoce
- Láska nepotřebuje důkaz (střelnice)
- Nudapláž
- Milenci se milujou
- Každý otisk se počítá (festival)

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

- Font
- Barevnost
- Známost
- Tradičnost
- Modernost
- Spojení s hodnotami společnosti
- Celkový vzhled

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>
13. Ohodnotíte prosím následující reklamu na Pepsi (hodnocení jako ve škole)

Video: [https://www.youtube.com/embed/qYGz6kS8E_0](https://www.youtube.com/embed/qYGz6kS8E_0)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kreativita</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Humor</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

![Pepsi logo](https://example.com/logo.png)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Font</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
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. Kterémů 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/y8qVKWVKN1U

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
<td>0</td>
</tr>
</tbody>
</table>
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 (uveděte jeho jméno)

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

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kritérium</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
25. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Big Shock (hodnocení jako ve škole)

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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Font</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Známnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
27. Ohodnoťte prosím následující reklamu na energetický nápoj Semtex (hodnocení jako ve škole)

Video: [https://www.youtube.com/embed/bDX6XMrNRN4](https://www.youtube.com/embed/bDX6XMrNRN4)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kreativita</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

[Semtex logo]

<table>
<thead>
<tr>
<th>Font</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Barevnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Známost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tradičnost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Modernost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Spojení s hodnotami společnosti</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkový vzhled</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

★★★★☆ [ ] /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
- Nepijí balenou vodu, preferuji vodu z kohoutku

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

Video: [https://www.youtube.com/embed/cTZ4bgHWh_E](https://www.youtube.com/embed/cTZ4bgHWh_E)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hudba</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Kreativita</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Poutavost</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Celkové hodnocení reklamy</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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)

![Logo Mattoni](image_url)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Font</th>
<th>Barevnost</th>
<th>Známost</th>
<th>Tradičnost</th>
<th>Modernost</th>
<th>Spojení s hodnotami společnosti</th>
<th>Celkový vzhled</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

Video: [https://www.youtube.com/embed/___PGVFdxBVo](https://www.youtube.com/embed/___PGVFdxBVo)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Hudba</th>
<th>Kreativita</th>
<th>Poutavost</th>
<th>Celkové hodnocení reklamy</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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) ?

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

![Aquila logo]

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

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