7 PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Otázky do polostrukturovaných rozhovorů

Výzkum je prováděn za účelem mé diplomové práce na FHS UK. Téma je Role komunikační strategie, kterou zkoumám i skrze komunikační kampaň Růžový říjen. Hlavním cílem výzkumu je zjistit, jak má Loono nastavenou komunikační strategii a jak s ní seznamuje své zaměstnance a dále proč realizovalo komunikační kampaň Růžový říjen a jak tato kampaň byla komunikována směrem dovnitř i ven organizace. Souhlasíš s tím, že nahrávaný rozhovor je dobrovolný a vykonaný bez nátlaku? Po nahrání bude celý rozhovor doslova přepsán.

Ředitelka: Komunikační strategie

1. Loono tvoří tedy strategii - v čem je podle tebe ten největší přínos?
2. V čem spočívají limity/překážky při komunikaci témat Loono?
3. Tvoří Loono nějakou analýzu před tvorbou strategie?
4. Proč ses rozhodla, že Loono bude tvořit strategii?
5. Kdo všechno se podílí na tvorbě strategie?
6. Jaký je cíle komunikační strategie?
7. Jaké jsou metriky pro měření cílů?
8. Kdo byl cílovou skupinou v minulém roce?
9. Jakým způsobem se v Loono pracuje s budováním důvěry u veřejnosti?
10. Jak seznamuje Loono se strategií své zaměstnance?
11. Mají zaměstnanci prostor navrhnout úpravy ve strategii?
12. Jak zajišťuje Loono, že zaměstnanci vědí, co mají dělat a jak jejich pozice naplňuje poslání Loono?
13. Kdo zodpovídá za to, že jsou zaměstnanci dostatečně informováni?

Product owner: Komunikační kampaň

1. Můžeš mi prosím na začátek říct, jaká byla tvoje role v kampani Růžového října?
2. Proč se Loono rozhodlo v minulém roce udělat takto rozsáhlou kampaň k Růžovému říjnu?
3. Kdy jste začali plánovat kampaň, jak dlouho jste na plánu kampaně pracovali?
4. Byl sestaven realizační tým Růžového října? Případně jakým způsobem se rozhodlo, kdo bude v týmu?

5. Jaký mělo Loono budget na kampaň?
6. Jaké byly cíle Růžového října?
7. Jak se cíle naplnily?
8. Jakými způsoby jste tyto skupiny oslovovaly?
9. Podle webu se vám podařilo oslovit více jak 30 firem, které navázaly s Loono v rámci Růžového října spolupráci. O jakou spolupráci se jednalo?
10. Co firmy přilákalo ke spolupráci?
11. Oslovovali jste i další instituce ke spolupráci?
12. Jakým způsobem Loono komunikovalo cíl a účel Růžového řina zaměstnancům?
13. Jak jste předávali úkoly jednotlivým členům týmu?
14. Jakým způsobem jste seznámili všechny členy týmu s vyhodnocením cílů Růžového října?
15. V čem spatřuješ největší přínos celé kampaně?
16. Plánujete změny či inovace pro letošní ročník kampaně Růžového října?

Marketingová manažerka: Komunikační strategie/Komunikační kampaň

1. Jaké nástroje Loono využívalo v roce 2022 pro komunikaci směrem ven k veřejnosti?
2. Z jakých důvodů má Loono silný marketing pro podporu své činnosti?
3. Jak je prodej služeb Loono podpořen skrze marketing?
4. Jaký má Loono vyčleněný budget na komunikaci? Rozpočítáváte ho na jednotlivé nástroje?
5. Jaké jsou cíle komunikační strategie?
6. Co je hlavním účelem webové stránky Loono?
7. Jaký je proces při sdílení příspěvků na sociální sítě?
8. Jakým způsobem spolupracuje Loono s médii?
9. Jaké metriky využíváte pro měření přínosu komunikace?
10. Jak Loono skrze marketing buduje vyšší důvěryhodnost u veřejnosti?
11. Proč Loono zveřejňuje výroční zprávu, i když pro spolky to není povinností?
12. Jaké jsou podle tebe limity komunikování témat Loono?
13. Jakým způsobem se nastavila marketingová strategie pro Růžový říjen?
14. Jaký mělo Loono budget na kampaň?
15. Jaké nástroje jste využívali pro komunikaci Růžového října?
16. Pro kampaň Růžového byla vytvořena extra webová podstránka, k jakým účelům?

17. Loono propagovalo Růžový říjen hojně skrze some. Posty se liší podle dané sociální sítě, z jakých důvodů, s jakým účelem?
18. Pomocí jakých nástrojů jste měřili zásah lidí?
19. Co myslíš, že pomohlo k tomu, že kampaň byla po marketingové stránce takto úspěšná?
20. Plánujete změny či inovace v marketingové oblasti pro letošní ročník kampaně Růžového října?

Fundraiser: Komunikační strategie/Komunikační kampaň

1. Na začátku mi prosím řekni, za co je zodpovědný fundraiser v Loono?
2. Proč má Loono multizdrojové financování?
3. Proč jste se rozhodli pro příjmy z vlastní činnosti?
4. Jak Loono nastavuje cenu svých služeb?
5. Jak hodnotíš finanční výsledky kampaně Růžového října?
6. V rámci Růžového října byla sbírka na Donio neúspěšná, co myslíš, že byly ty důvody?
7. Koho jste oslovovali ke spolupráci, partnerství podpoře?
8. S jakou odezvou jste se u oslovených setkali?
9. Plánujete změny či inovace v fundraisingu pro letošní ročník kampaně Růžového října?

Příloha č. 2: Dotazník

Ahoj Loono týme,

ještě stále jsem studentkou magisterského oboru Studia občanské společnosti na Fakultě humanitních studií UK a v rámci diplomové práce realizuju výzkum, který se zaměřuje na roli komunikační strategie v neziskových organizacích.

Jelikož si byl/a v roce 2022 zaměstnancem Loono, kdy byla spuštěna osvětová kampaň k Růžovému říjnu, byl/a si vybrán/a do mého dotazníkového šetření. Ráda bych ti proto položila několik otázek na téma komunikační strategie Loono a kampaně Růžového října.

Dotazník je zcela anonymní, data budou zpracována hromadně a budou použita pouze pro tento konkrétní účel. Vyplnění dotazníku je dobrovolné a časová náročnost je cca 10-15 min. Za celý výzkum zodpovídám, v případě jakýchkoliv dotazů se na mě můžeš opět obrátit. Mé kontaktní údaje: Bc. Aneta Hlavatá, email: anethlavata@seznam.cz.

Z celého srdce ti děkuju za spolupráci i tvůj čas!

1. **V čem tě Loono oslovilo, že si zde začal/a pracovat?** *(uzavřená otázka)*

- Ředitelka organizace
- Poslání organizace
- Brand organizace
- Firemní kultura
- Jiné *(možnost jiné odpovědi)*

2. **Co je hlavním důvodem, že zde nadále pracuješ?** *(uzavřená otázka)*

- Ředitelka organizace
- Poslání organizace
- Brand organizace
- Firemní kultura
- Jiné *(možnost jiné odpovědi)*

3. **Víš, že existuje komunikační strategie?** *(uzavřená otázka)*

- Ano
- Ne

4. **Kdy si byla seznámen/a se strategií Loono? Pokud si nebyl/a, napiš, že se tak nestalo.** *(otevřená otázka)*

5. **Rozumíš cílům strategie?** *(uzavřená otázka)*

- Ano
- Ne

6. **Jsi plně v souladu s cíli strategie?** *škála 1 (vůbec) - 5 (zcela plně)*

7. **Podílíš se na tvorbě strategie?**

- Ano

- Ne

8. **Které skupiny jsou ty, na které Loono cílí svými aktivitami?** *(otevřená otázka)*

9. **Vracíš se v průběhu roku ke strategii?** *(uzavřená otázka)*

- Ano

- Ne

10. **Pokud ne, proč?** *(otevřená otázka)*

11. **Vnímáš, že se strategie „propisuje“ do tvé každodenní práce?** *škála 1 (vůbec) - 5 (naprosto ano)*

12. **Je ti srozumitelné, jak tvoje pozice přispívá k naplňování Loono poslání?** *(uzavřená otázka)*

- Ano

- Ne

13. **Jak ti vyhovuje předávání informací o všech aktivitách Loono v průběhu celého roku (co se plánuje, s jakým záměrem, co budou tvé úkoly atp.)?** *škála 1 (absolutně nevyhovuje) - 5 (naprosto vyhovuje)*

14. **Byla si seznámen/a s vyhodnocením cílů strategie?** *(uzavřená otázka)*

- Ano

- Ne

15. **Pokud ne, máš o to zájem?** *(otevřená otázka)*

16. **Byl/a jsi seznámen/a s tím, proč se Loono rozhodlo spustit kampaň Růžového října (dále jen RŘ)?** *(uzavřená otázka)*

- Ano

- Ne

17. **Víš, jaké byl/y cíl/e RŘ?**

- Finanční cíle
- Edukace veřejnosti
- Posílení brandu Loono
- Jiné *(možnost jiné odpovědi)*

18. Myslíš, že cíl/e kampaně RŘ byl/y veřejnosti srozumitelný? *škála 1 (Ne, zcela nesrozumitelné) - 5 (Ano, zcela srozumitelné)*

19. Pokud si odpověděl/a 3 a méně, prosím, napiš mi krátce důvod. *(otevřená otázka)*

20. Na koho z následujících skupin RŘ cílil? *(uzavřená otázka)*

- Zákonodárci
- Studenti medicíny
- Žáci ve školách
- Firmy
- Laická veřejnost - Muži
- Laická veřejnost - Ženy
- Jiné *(možnost jiné odpovědi)*

21. Věděl/a si, jaké byly tvé úkoly v rámci RŘ? *škála 1 (Ne, vůbec jsem nevěděl/a) - 5 (Ano, naprosto jsem věděl/a)*

22. Jak ti vyhovovalo předávání informací o kampani RŘ? *škála 1 (zcela nevyhovovalo) - 5 (naprosto vyhovovalo)*

23. Měl/a si možnost sdělit svůj názor, tip, zpětnou vazbu nebo cokoliv jiného k RŘ? *(uzavřená otázka)*

- Ano
- Ne

24. Jaké nástroje Loono využívalo pro propagaci RŘ? *(otevřená otázka)*

25. **Jak podle tebe kampaň RŘ ovlivnila chování veřejnosti v oblasti prevence rakoviny prsu**? *škála 1 (vůbec neovlivnila) - 5 (naprosto ovllivnila)*

26. **Víš, jaké byly výsledky RŘ?** *(uzavřená otázka)*

- Ano
- Ne

27. **Považuješ za vhodné, že Loono bude i v roce 2023 opakovat komunikační kampaň k RŘ?** *(uzavřená otázka)*

- Ano
- Ne

28. **Pokud ne, proč?** *(otevřená otázka)*

29. **Jakou změnu/inovaci by si doporučil/a do dalšího ročníku 2023 RŘ?** (*otevřená otázka)*

30. **Jaká je tvá pozice v organizaci?** *(uzavřená otázka)*

- Board
- Teamleader
- Člen týmu

31. **V jakém týmu pracuješ?** *(uzavřená otázka)*

- Board
- Marketing
- HR
- Business
- Fundraising
- Medical
- Aplikace