

Seznam příloh

Příloha č. 1: Scénář rozhovoru (text)

Příloha č. 2: Kódovací schéma (text)

Příloha č. 3: Transkripce rozhovorů (text)

Přílohy

Příloha č. 1: Scénář rozhovoru

Úvod - představení zkoumaného tématu a daných digitalizací

Spotřebitelské chování zákazníků

- Kolikrát za rok průměrně tuto pobočku parfumerie Notino navštívíte?
- Jakým způsobem jste se dozvěděla o této konkrétní pobočce?
- Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.
- Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?
- Jak často při návštěvě provedete nákup?

Využívání digitalizací

- Které z digitálních prvků využíváte?
- Setkala jste se někdy na prodejně třeba se situací, kdy jste nevěděla, jak nějaký interaktivní digitální prvek využít?
- Máte mobilní aplikaci Notino?
- Setkala jste se někdy s nějakou personalizovanou nabídkou ze strany Notina? Ať už v aplikaci, nebo na webu.
- QR kódy na prodejně jste někdy využila?

Názory na digitalizace

- Když se budeme bavit o těch digitálních prvcích, se kterými jste se setkala, řekla byste, že vám šetří čas, či ho naopak prodlouží?
- Přijdou vám dané digitální prvky jednoduché na užívání?
- Co vám ze zmiňovaných prvků přijde nejužitečnější?
- Pokud byste měla možnost mít nějaký prvek, který vám řekne dodatečné informace o produktech skrz digitalizaci, zvolila byste spíše to, nebo byste se šla na danou věc raději zeptat prodejní asistentky?
- Vyhovuje vám daný proces vyzvedávání zboží?
- Preferujete samoobslužné automaty před klasickými a pokud ano, tak proč?
- Jak se vůči QR kódům obecně stavíte?

Případné návrhy na zlepšení

- Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?

- Byla někdy více zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?

Závěr – poděkování, ukončení rozhovoru

Příloha č. 2: Kódovací schéma

Spotřebitelské chování návštěvníků:

Jakým způsobem se zákazníci dozvěděli o konkrétní prodejně

- od blízké osoby: Z2, Z6, Z7, Z8
- z webových stránek: Z1, Z3, Z4, Z5, Z9, Z10

Motivace k návštěvě prodejny:

- objednávka: Z1, Z3, Z4, Z5, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10
- parfémy: Z2

Digitalizace:

Mobilní aplikace

- staženo: Z2, Z3, Z5, Z6, Z9
 - používá: Z2, Z5, Z6
 - nepoužívá: Z3, Z9
- nestaženo: Z1, Z4, Z7, Z8, Z10
- neví o ní: Z1, Z7

Personalizovaná nabídka ze strany Notina

- zkušenost má: Z2, Z5, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10
 - pozitivní zkušenost: Z2, Z5, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10
- zkušenost nemá: Z1, Z3, Z4

Samoobslužné automaty

- používá: Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10
 - intuitivní: Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z7, Z8, Z9, Z10
 - neintuitivní: Z6

Rozšířená realita

- neví o ní: Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z7, Z8
- ví pouze o AR v aplikaci: Z6, Z9, Z10
- v budoucnu chtějí vyzkoušet: Z2, Z3, Z4, Z6, Z7, Z8
- mají vůči tomu zábrany: Z6, Z8, Z9, Z10
 - nedůvěra v přesnost: Z6, Z8, Z9, Z10
 - ostych: Z6, Z8

QR kódy

- ví o nich: Z7, Z9
 - využil: Z9
- neví o nich: Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z6, Z8, Z10

- ke QR kódům se staví:
 - pozitivně: Z3, Z7, Z9
 - negativně: Z1, Z2, Z4, Z5, Z6, Z8, Z10

Digitální interaktivní displeje

- využil: Z8
- nevyužil: Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z6, Z7, Z9, Z10

Příloha č. 3: Transkripce rozhovorů

ROZHOVOR Č.1 – Zákazník číslo 1

ZK: „Kolikrát za rok průměrně tuto pobočku parfumerie Notino navštívíte?“

Z1: „Asi tak 3x-4x za rok, nejčastěji asi před Vánoce.“

ZK: „Jakým způsobem jste se dozvěděla o této konkrétní pobočce?“

Z1: „Asi z webových stránek, protože jsem objednávala šampony a vyjelo mi, že na Notinu mají tyhle konkrétní nejlevnější. Pak jsem vlastně zjistila, že si to můžu objednat i na prodejnu, a že ji mají na Florenci, což mám blízko.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z1: „Aplikaci vůbec nepoužívám, to ani nevím, že mají a webovky jsem používala jako ze začátku, abych zjistila, jestli mají právě tu značku šamponů, kterou jsem sháněla. Ale teď už to předem nepoužívám, protože na těch webovkách je mnohem víc věcí, než v prodejně. Takže to nedělám, abych pak nebyla zklamaná, že pro něco jdu a není to tam.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z1: „No, buď teda jdu vyzvedávat objednávku, jako dnes, a to jdu pak jenom pro ni, nebo jdu vyloženě pro voňavku, popřípadě pro ty šampony, který tady právě kupuji pravidelně. V takovém případě s tím pak vždy i odcházím.“

ZK: „Jak často při návštěvě provedete nákup?“

Z1: „Vždycky. Vždycky, protože sem pokaždý jdu pro něco.“

ZK: „Pokud se teď zaměříte na digitální prvky, které jsem na začátku zmínila, považujete je za užitečné při hledání informací o produktech? Popřípadě ulehčí vám nějakým způsobem nákup? A pokud ano, tak proč.“

Z1: „Přijde mi v pohodě ta automatická pokladna, když vyzvedávám to zboží, tak je to fajn, stejně tak ta obrazovka s číslama, sice je to trochu jako na poště, ale dává mi to smysl, protože sem jde většinou spousta lidí jen vyzvednout to zboží. Ale třeba ty digitální cenovky u dekorativky, tak tam většinou ani nezajdu, většinou si všímám jiného sortimentu a tím pádem si toho nevšímám. A tím pádem ani té umělé inteligence, která dodělává make-up.“

ZK: „Když se nad tím zamyslíte, řekla byste, že vám ty digitální prvky na prodejně šetří čas, nebo naopak váš čas na prodejně prodlouží?“

Z1: „Asi ve chvíli, kdy bych tu digitální cenovku použila, tak bych z nich byla asi spíš zmatená. Hlavně by mi tedy asi trvalo, než bych naklikala, co kolik stojí. Jak se znám, tak bych vyhledávala 20 věcí, a nakonec bych zjistila, že to stojí majlant. Takže třeba tohle by

mně osobně ten čas zpomalilo. Co se ale týká třeba těch samoobslužných pokladen, tak tam se mi asi zkracuje, bych řekla.“

ZK: „Přijdou vám ty digitální prvky intuitivní? Ve Vašem případě právě například ty samoobslužné automaty.“

Z1: „Jo. Jako to, co jsem použila, tak mi přišlo jednoduchý.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z1: „Možná úplně samoobslužný pokladny, jestli nemají. Tak to by možná bylo fajn, ale zase by člověk nedostával vzorečky, který jinak dostane od prodavačky.“

ZK: „Vy jste sice říkala, že aplikaci nepoužíváte, každopádně setkala jste se s nějakou personalizovanou nabídkou například prostřednictvím webových stránek, nebo e-mailu?“

Z1: „Je dost možný, že emailem jo, ale cokoli mně chodí emailem, tak to jde rovnou do spamu většinou, nebo to prostě nečtu.“

ZK: „A třeba těch QR kódů jste si někdy na prodejně všimla?“

Z1: „Přímo v Notinu asi nevšimla, ale já bych je asi stejně ignorovala, protože už jsem proti QR kódům tak trochu vysazená.“

ZK: „Jakto?“

Z1: „No, tak nějak je asi považuju za zbytečný, je to takový že musíte zvednout ten mobil a naskenovat to a většinou ani nevíte, co tam je, může tam být letáček, cena, video. Tak ta představa mě pak vlastně jen otravuje.“

ZK: „Tady právě mají u některých QR kódů napsaný, že Vás přesměrují do Notino aplikace například.“

Z1: „Jo aha, no, asi by mě stejně nelákalo to použít. Hlavně tady v Notinu mi přijde, že mě vždy dřív obslouží nějaká prodavačka, že jsou dost proaktivní, takže mi nějaký QR kódy přijdou skoro zbytečný.“

ZK: „V případě, že byste si mohla vybrat, tak byste se tedy obrátila na asistentku, nebo digitalizaci?“

Z1: „Určitě na tu asistentku, mě to jako baví s nimi komunikovat, ale někdy jsou nepříjemné. Většinou jsou ale v pohodě, takže mám asi raději spíš ten osobní kontakt.“

ZK: „Setkala jste se někdy na prodejně třeba se situací, kdy jste nevěděla, jak nějaký interaktivní digitální prvek využít?“

Z1: „Asi ne, protože většinou jdu fakt pro ty parfémy, nebo šampony a tam myslím nic takhle interaktivního není zas tak moc. A všechno ostatní, například na ten výdej zboží, to je strašně

intuitivní, což možná je i tím, že naše generace, nebo já bych aspoň řekla, jsme celkem kompatibilní s těmi technologiemi, takže mi to asi problém nedělá.“

ZK: „Kdybychom se ještě vrátily k tomu procesu vyzvedávání zboží, vyhovuje Vám tento systém?“

Z1: „Jo, určitě, pro mě jako pro uživatele, když jdu to zboží jen vyzvednout, je to fakt komfortní, že si jen vezmu číslo a počkám. Spíš se mi to nelíbí esteticky, možná, kdyby to bylo trochu oddělený, aby ta obrazovka nebyla uprostřed, tak je to mnohem lepší, ty obrazovky působí občas trošku rušivě, že to pak působí jako pošta a nemám z toho ten pocit, že je to nějaká hezká kosmetická prodejna.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z1: „Já si myslím, že mně je to většinou tak nějak jedno, jestli je to digitalizovaný, nebo ne, ale když jste to takhle řekla, tak se mi vybavila prodejna obuvi na Chodově, E-obuv myslím a tam mají vyloženě jen obrazovky, kde si ty boty objednáte a oni vám je donesou ze skladu. A to mě fakt odrazuje, já to chci vidět, když už tam jsem v té prodejně, takže to mě fakt odrazuje. To je asi jediný, co mě takhle napadne, do té prodejny už nezajdu nikdy. A ještě tam pak stejně musí člověk komunikovat s těmi lidmi.“

ZK: „A v roli parfumerií, tak tam to u Vás tedy roli nehraje?“

Z1: „Tam vůbec, tam stejně si to jdu očuchat a tam mi to digitalizace nijak neusnadní.“

ZK: „Takže pokud byste to teď měla shrnout, tak v tom Notinu na Vás vytvářejí digitalizace jaký dojem?“

Z1: „Přijdou mi fajn ty pokladny a obrazovky, zbytek jsem nepotkala a vůbec o tom až doteď nevěděla, takže vlastně žádný.“

ROZHOVOR č.2. – Zákazník číslo 2

ZK: „Jakým způsobem jste se dozvěděla o této konkrétní prodejně?“

Z2: „Já si myslím, že od kamarádky. Já jsem znala Notino jen jako e-shop a vůbec jsem nevěděla, že mají pobočku a pak mě tam kamarádka vzala.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci Notino?“

Z2: „Jojo, to mám.“

ZK: „Jak často ji používáte?“

Z2: „No, řekla bych, že celkem často, většinou i když se třeba nudím, tak tam listuju.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z2: „No já vlastně vždycky, když na Notinu nakupuju, tak si to hledám na webu nebo v aplikaci určitě a většinou si to rovnou i přes ty stránky objednávám.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z2: „Tak když se sem jdu podívat, tak to bývá nejčastěji kvůli voňavkám, abych vyzkoušela voňavky, takže to je spíš o tom se jít jen podívat.“

ZK: „Jak často při návštěvě provedete nákup?“

Z2: „No já bych skoro řekla, že nikdy, pokud si nejdu vyzvednout balík. Nebo si právě to zboží prohlédnu tady a pak si to objednávám domu přes internet, jak se mi zrovna víc hodí asi.“

ZK: „Pokud se teď zaměříte na digitální prvky, které jsem na začátku zmínila, považujete je za užitečné při hledání informací o produktech?“

Z2: „Určitě mi většina přijde užitečná, a to hlavně asi kvůli tomu, že ne vždycky je tu přítomný personál, který Vám k tomu může něco říct, takže si některý ty informace můžete zjistit sami. Pak pro lidi, co třeba nechtějí komunikovat s lidmi, což já jsem přesně ten typ, co by to využil kvůli tomu.“

ZK: „Takže některé z těchto digitalizací využíváte?“

Z2: „No, jenom ty samoobslužné automaty pro vyzvedávání zboží, jinak jsem nevěděla, že tu ty ostatní digitalizace mají.“

ZK: „Takže ten zbytek Vám přijde užitečný spíš takhle v teorii, než že byste ho sama využívala?“

Z2: „No, takhle, já bych ho využívala, kdybych věděla, že ta možnost je, například to AR.“

ZK: „Přijdou vám ty digitalizace v Notinu intuitivní a uživatelsky přívětivé? Ve vašem případě se teď bavím o těch samoobslužných automatech a vyvolávacích tabulích.“

Z2: „Jako docela jo, ale když jsem sem poprvé přišla, tak jak si musíte vyzvednout to číslo na vyzvednutí objednávky, tak oni mají napravo od vchodu ty automaty, kde je zaplacení online objednávky. No a mě zmátlo, že v aplikaci mi to při objednávání psalo něco ve smyslu „zaplat'te předem, ať potom nemusíte čekat ve frontě“. Takže mě pak trochu zmátlo, že tyhle automaty vypadají na první dobrou jako určený k zaplacení. Takže i když už má člověk tu objednávku zaplacenou, tak k nim stejně musí jít, občas u nich přechkat frontu a vzít si ten papírek. Takže v tomhle mě to poprvé trochu zmátlo, jinak potom používání toho automatu jako takového mi přijde intuitivní. Jinak je to za mě fajn.“

ZK: „A ty vyvolávací tabule?“

Z2: „Tak to mi přijde fajn, že to tam svítí, akorát mě občas zaráží, že ta tabule je v podstatě jen z jedné strany a vy, když jdete do toho růžku, tam co mají vlasovou kosmetiku a šampony, tak tam ta tabule není vidět, takže na ní nevidíte. Takže v tomhle je to takový, že by klidně mohli přidat ještě jednu tabuli z té druhé strany. Takže možná jenom to, že by bylo fajn, kdyby na ní šlo vidět z vícero úhlů, protože tam čeká hodně lidí a asi tam nechcete stát jenom 10 minut ve frontě na jednom místě. Jinak mi to přijde v pohodě, ten systém je fajn.“

ZK: „QR kódů jste si někdy na prodejně všimla?“

Z2: „To nevšimla.“

ZK: „A jak se vůči QR kódům obecně stavíte?“

Z2: „Většinou je ignoruju, občas mi trochu lezou na nervy, pro mě osobně je už rychlejší si tu danou věc vyhledat než skenovat QR kód.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z2: „No, napadá mě jen taková ta obrazovka, která je napojená na e-shop, vím, že například Decathlon nebo Sportisimo to má, kde si můžete vyhledat, jestli ta věc je tu skladem na prodejně. Což mi přijde fajn, protože ne každý má u sebe vždy mobil, ze starších lidí. A nebo prostě nevíte, kde to hledat, přece jen na té prodejně všechno nenajdete, takže když by se to tady dalo vyhledat a pak jenom poprosit, jestli vám to přinesou ze skladu, tak to by bylo dobrý.“

ZK: „Setkala jste se někdy s nějakou personalizovanou nabídkou ze strany Notina? Ať už v aplikaci, nebo na webu.“

Z2: „V aplikaci jo.“

ZK: „Vybavíte si o co se jednalo?“

Z2: „Bud' mi to tam vždy nabídne to, co jsem si prohlížela v minulosti a potom když mám třeba v košíku nějaký věci a pořád ten nákup odkládám, protože čekám, jestli si nevzpomenu,

že potřebuju něco dalšího, tak vždy když odejdu z aplikace, tak půl hodiny na to mi přijde e-mail, že v košíku na mě čeká tohle a tohle.“

ZK: „A vyhovuje vám toto?“

Z2: „Mně to vyhovuje, protože ono vám to může ukázat i alternativy něčeho, co třeba není zrovna nemají, něčeho, co jste prvotně hledala a pak zjistíte, že je to třeba lepší než to, co jste si původně vybrala. Takže proti doporučení nic nemám. Ty e-maily si jako myslím, že už posílají moc často, ale jako dobrý.“

ZK: „Použila jste někdy Notino aplikaci přímo na prodejně?“

Z2: „To upřímně nevím, je to ale dost možné.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z2: „Asi mě teď nic přímo nenapadne.“

ROZHOVOR č.3 – Zákazník číslo 3

ZK: „Kolikrát za rok průměrně tuto pobočku parfumerie Notino navštívíte?“

Z3: „Víc, než 5x za rok to asi nebude, zhruba tak bych řekla.“

ZK: „Pamatujete si, jak jste se o této pobočce Notina dozvěděla?“

Z3: „Podle mě, když jsem si v Praze poprvé něco z Notina objednávala a bylo tam vyzvednutí asi zadarmo na téhle pobočce, tak asi proto.“

ZK: „Používáte jejich mobilní aplikaci?“

ZK3: „Jako mám ji staženou, ale když si něco objednávám, tak to dělám klasicky na počítači, normálně přes stránky.“

ZK: „A nějak aktivně ji používáte?“

Z3: „No, moc ne právě upřímně.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z3: „Že bych se třeba jen tak podívala, co zrovna mají, to ne, často tam koukám třeba před Vánoce, když tam mají takový ty dárkové sady a tak, a nebo, když mi kamarádky doporučí nějaký produkt. Takže spíš na popud něčeho, než že bych si to sama otevřela a koukala, co tam mají.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny? Jdete sem přímo za účelem vyzvednutí objednávky, jen tak se podívat, nebo zkrátka přímo pro nějaký konkrétní produkt?“

Z3: „Zatím jsem sem vždy šla jenom vyzvednout objednávku.“

ZK: „A projdete si při té příležitosti i nějakým způsobem prodejnu, podíváte se na vystavené zboží?“

Z3: „Záleží, když tu zrovna není fronta, tak jenom pro zásilku, ale minule jsem tu docela dlouho čekala, takže jsem si tu prodejnu i prošla.“

ZK: „Které z již zmiňovaných digitálních prvků, které jsem představila na začátku, při návštěvě prodejny využíváte?“

Z3: „Tak tu samoobslužnou pokladnu a vyvolávací tabuli.“

ZK: „A nějakým způsobem jste se na prodejně setkala s těmi digitálními cenovkami, QR kódy, nebo rozšířenou realitou?“

Z3: „Ne, to ne.“

ZK: „A lákalo by Vás rozšířenou realitu vyzkoušet?“

Z3: „Jo, to jo, já nevěděla, že to tu mají, tak to mi zní zrovna reálně zajímavě.“

ZK: „Když se budeme bavit o těch digitálních prvcích, se kterými jste se setkala, tudíž samoobslužné automaty a vyvolávací cedule, řekla byste, že vám šetří čas, či ho naopak prodlouží?“

Z3: „No, prodlouží, protože si to tam musím naklikat sama. Nebo nevím, když by to ta prodavačka dělala na pokladně, tak to ten čas možná zabere stejný, ale jsem zákazník, takže předpokládám, že to, co si tam klikám sama, by měly dělat ty prodavačky.“

ZK: „Takže byste preferovala, aby to nebylo digitalizovaný, ale aby to byla činnost klasicky obsluhovaná zaměstnanci?“

Z3: „No, jako mně je to asi jedno, mně to nevádí, ale zrovna tady mi to přijde takový, že by to klidně mohli dělat ony. Chápu to třeba v obchodech normálně s potravinami, když je tam prostě milion lidí, ale jinak když tady stojí a koukají na vás, než si to naklikáte, tak to mi moc nedává smysl.“

ZK: „Když na to rovnou navážu, když si jdete například pro ten balíček, přijde vám, že je na prodejní ploše dostatek prodejních asistentů?“

Z3: „No, když jsem tu byla asi před Vánoci, tak tu právě bylo hodně lidí vyzvedávat si ty objednávky, takže to jako hodně vydávaly ty balíky a jinak jsem to nijak extra nezkoumala, ale tak nějak mi přijde, že většinou se přijdou zeptat, jestli někdo potřebuje poradit, nebo tak.“

ZK: „Přijdou vám ty digitální prvky jednoduché na užívání?“

Z3: „Když jsem to viděla poprvé, tak mi to asi chvíli trvalo, ale když už jsem pak o tom věděla, když jsem sem šla znova, tak mi to nějak nevadilo. Nepřijde mi to složitý.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z3: „Asi ani ne.“

ZK: „Setkala jste se někdy s nějakou personalizovanou nabídkou ze strany Notina? Ať už v aplikaci, nebo na webu, či e-mailu?“

Z3: „No možná ty e-maily mi chodí, ale já to mám v hromadných, nebo ve spamu, takže to nerozklikávám.“

ZK: „A v té aplikaci jste si nějaké personalizované nabídky všimla?“

Z3: „Ne, tam asi ani ne.“

ZK: „Když jsem vám vysvětlila ty QR kódy, je to něco, co byste využila, když už o nich teď víte, něco, co by vás lákalo?“

Z3: „No kdyby tam u nich bylo napsané něco, co by mě zaujalo, tak bych to určitě využila. Jako využila bych určitě raději QR kódy, než se jít ptát lidí.“

ZK: „Takže pokud byste měla možnost mít nějaký prvek, který vám řekne dodatečné informace o produktech skrz digitalizaci, zvolila byste spíše to, nebo byste se šla na danou věc raději zeptat prodejní asistentky?“

Z3: „Určitě bych raději tu digitalizaci, já nerada mluvím s lidmi takhle v obchodech.“

ZK: „Využila jste Notino aplikaci někdy přímo na prodejně?“

Z3: „Hmm, já myslím, že chodí SMS s kódem na vyzvednutí, ne? Takže asi nevyužila, to si vždy opišu z té esemesky.“

ZK: „A co se týká toho zkoušení dekorativní kosmetiky za pomoci VR jste tedy také nezkoušela?“

Z3: „Ne. Ale to mě docela zaujalo, to jsem nevěděla, takže až sem půjdu příště, tak se na to asi podívám.“

ZK: „Co vám takhle ze zmiňovaných prvků přijde nejužitečnější?“

Z3: „Ty cenovky mi přijdou fajn, spíš než s tím třeba otravovat ty prodavačky.“

ROZHOVOR č.4 – Zákazník číslo 4

ZK: „Kolikrát za rok průměrně tuto pobočku parfumerie Notino navštívíte?“

Z4: „Za rok? No, navštěvuji ji dost nepravidelně, ale podle mě tak 4x – 5x do roka si myslím.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z4: „To bylo tak, že jsem si objednávala balík a tam podle mě bylo, že na prodejnu bylo levnější poštovný, nebo tak. A tím že tuhle pobočku mám blízko práci, tak je to ta Florencino.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z4: „Jako myslím si, že vždycky jsem sem šla jenom čistě vyzvednout balík.“

ZK: „A když už na prodejně jste, tak se po ní i podíváte, prohlédnete si produkty, nebo jdete čistě za vyzvednutím zásilky?“

Z4: „Většinou si vyzvednu balík a pak si to jdu obejít a koukám se, nebo když je fronta a čekám, až mě zavolají.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci Notino?“

Z4: „Ne, nemám.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z4: „Na web občas koukám, protože mají fajn slevy, zrovna dneska jsem na to koukala.“

ZK: „Když jsem vám na začátku vyjmenovala dané digitální prvky, tak se kterými jste se vy přímo setkala?“

Z4: „Tak ty tabule na to vyzvedávání těch balíků a automaty.“

ZK: „Přijdou vám tyto prvky užitečné?“

Z4: „Jako přijdou mi užitečný, nemusíte to řešit přes ty prodavačky, vezmete si prostě papírek, zaplatíte a jdete si počkat před obrazovku pro balíček, takže pro mě je to docela výhodný.“

ZK: „Takže vám vyhovuje víc i to, než kdybyste měla jít za někým osobně a řešit to s ním přímo?“

Z4: „Ano, přesně tak.“

ZK: „A řekla byste, že vám tento proces šetří čas, který reálně strávíte na prodejně, nebo naopak prodlouží?“

Z4: „Trvá hrozně dlouho, než se vytiskne účtenka. Ale jako, ale neřekla bych, že to úplně nějak zdržuje čas, že jestli bych šla třeba za tou prodavačkou, nebo si to vyťukala na tom displeji, tak to asi vyjde nastejno.“

ZK: „Přijdou vám ty prvky jednoduché na užívání? Ty, se kterými jste se setkala.“

Z4: „Jo, přijde mi to jednoduchý.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z4: „Tyjo, to se musím zamyslet. Ale nejspíš mě asi žádný jiný nenapadají.“

ZK: „Vy jste už zmiňovala, že tu Notino aplikaci nemáte. Setkala jste se například v rámci webu, nebo nějakých e-mailových newsletterů s personalizovanou nabídkou?“

Z4: „Podle mě ne, ale upřímně já moc neotevírám email, takže pokud mi něco chodí do spamu nebo do hromadných, tak to ani nebudu vědět, ale asi ne.“

ZK: „Co se týká těch QR kódů, teď když už o nich víte, je to něco, co by vás lákalo na prodejně využít?“

Z4: „No, jestli to odkazuje přímo na tu aplikaci, tak si ji jako stejně nestáhnou a podívám se spíš na ten web.“

ZK: „Pokud byste měla možnost mít právě nějaký takový prvek, který vám řekne dodatečné informace o produktech skrz digitalizaci, zvolila byste spíše to, nebo byste se šla na danou věc raději zeptat prodejní asistentky?“

Z4: „Já bych si to asi spíš zjistila sama no, nebo jako záleží. Spíš bych si to asi našla a v případě nouze bych se optala.“

ZK: „Co se té rozšířené reality týče, teď když o tom už víte, je to něco, co by vás lákalo využít, popřípadě jak se vůči tomu stavíte?“

Z4: „Já to asi zkusím no, jako doteď jsem to nějak nezaznamenala, ale asi vyzkouším.“

ZK: „Setkala jste se někdy se situací, kdy jste třeba nevěděla, jak ten daný prvek využít?“

Z4: „Ne, to ne, to mi jako přijde jednoduchý na ovládání, takže to ne.“

ZK: „Který z prvků, který jsem dnes zmínila, se vám zdá nejužitečnější, respektive, co příště vyzkoušíte, pokud vůbec něco?“

Z4: „No, asi tu rozšířenou realitu a jestli jsem pochopila správně ty digitální cenovky, tak ty fungují tak, že mi tam vyjedou i dodatečné informace o produktu?“

ZK: „Ano, mimo jiné i to.“

Z4: „No, tak to mi přijde mega užitečný, takže na to se příště asi taky podívám.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z4: „Tyjo nevím, napadá mě jen, že Zara má třeba ty svoje samoobslužný pokladny, což mi vyhovuje a nemusím se s nikým bavit a můžu si to tam namarkovat a odejít, ale to je jako jediný. Mně přijde, že tam kam chodím, jsou ty prodejny stejně poměrově jako digitalizovaný.“

ROZHOVOR č.5 – Zákazník číslo 5

ZK: „Kolikrát za rok tuto pobočku navštívíte?“

Z5: „Přemýšlím, jako není to zas tak často, takže já myslím, že třeba desetkrát. Že sem jako jdu třeba jednou měsíčně.“

ZK: „Pamatujete si případně, jak jste se o této pobočce Notina dozvěděla?“

Z5: „Z e-shopu, protože jsem tu v Praze na vysoký a nechtělo se mi platit poštovný a tím, že je tam zdarma ten odběr, nebo za nějaký menší poplatek a jezdím většinou autobusem na Florenc, tak mi to sedlo nejvíc.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z5: „Ano, objednávám přes ní právě většinou.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z5: „Já vždycky používám tu aplikaci a vždy si to objednáám a jen si to sem jdu vyzvednout. Že já si tu už většinou nic nevybírám, nebo tak, jen si přes tu aplikaci objednáám.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z5: „Vyzvednutí objednávky, protože je to rychlý, nemusím čekat, než mi to přijede třeba PPL, a že je to i levnější ten odběr.“

ZK: „Které z těch zmiňovaných digitálních prvků využíváte?“

Z5: „Tak tu automatickou pokladnu, teda když platím kartou, a když hotově, tak jdu platit na pokladnu.“

ZK: „A když takhle na té prodejně už jste, podíváte se i třeba na vystavené produkty?“

Z5: „Jo, to většinou mrknu, co tu mají, ale většinou to není, že bych rovnou i koupila, spíš mě to tak inspiruje, že se třeba ještě zase podívám doma do aplikace na další nákup.“

ZK: „A setkala jste se tu třeba i s těmi QR kódy, digitálními cenovkami, nebo s tou rozšířenou realitou?“

Z5: „Těch cenovek jsem si tak zběžně všimla, ale třeba ty QR kódy jsem vůbec nějak nezaregistrovala, možná jsem to viděla, ale nenapadlo mě si otevřít mobil a naskenovat to.“

ZK: „A ta rozšířená realita?“

Z5: „Ne, to vůbec nevím.“

ZK: „A takhle když už o tom teď víte, je to něco, co by vás třeba lákalo využít, nebo to jde mimo vás?“

Z5: „No, upřímně asi ani nelákalo, já se v make-upu už pohybuju více, profesionálně líčím, tak tím pádem vím, co od těch produktů čekat, tak bych to upřímně asi nezkoušela bych řekla.“

ZK: „Vy jste už zmiňovala, že tu mobilní aplikaci využíváte, setkala jste se jejím prostřednictvím s nějakou personalizovanou nabídkou?“

Z5: „Asi bych řekla, že jo.“

ZK: „A jak se k tomu stavíte?“

Z5: „Jo, tak za mě super, já na ty reklamy dost slyším, třeba od Notina bych řekla, že nejvíc a já si na Notinu objednávám furt, třeba jen tenhle měsíc 5x, takže na mě tyhle reklamy fakt fungují, to samý ty slevy, co na tom e-shopu mívají, i když ve výsledku se to teda možná někdy ani nevyplatí, ale na ty jejich slevy i personalizovaný reklamy docela slyším, má to na mě vliv. Takže to vnímám určitě pozitivně.“

ZK: „Když se vrátíme k tomu vyvolávacímu systému a platebním automatům, přijde vám, že vám ten čas, který na prodejně strávíte, šetří?“

Z5: „Přemýšlím, asi upřímně nevím, protože když jsem sem chodila třeba hodně před Vánocemi, tak tu byly obrovské fronty a trvalo to poměrně dost dlouho a bylo to i takový dost zmatečný, jak nás tu bylo hodně a bylo několik front. Ale když tu nikdo není, tak mi to přijde super, protože si objednávku sama vyjedu, zaplatím si ji sama, nemusím s nikým mluvit a během toho času, co na tu objednávku čekám, tak se můžu na nějaký produkty ještě podívat, takže ten systém jako takový mi nevadí, jen si nejsem jistá, jestli to ten čas i šetří.“

ZK: „Pokud byste měla na výběr si dodatečné informace o produktech zjistit pomocí nějaké interaktivní obrazovky, nebo se přímo zeptat prodejní asistentky, tak jakou možnost byste preferovala?“

Z5: „Ty služby, určitě služby, to mám raději.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z5: „Tyjo, já ani nevím, jestli jsem to spíš vůbec někde zaregistrovala. Asi mě spíš nenapadá nic, co přidat, nebo zlepšit.“

ZK: „Setkala jste se někdy se situací, kdy jste třeba nevěděla, jak ten daný prvek využít?“

Z5: „Když jsem tu byla poprvé, tak jsem šla k pokladně a právě mi slečna řekla, že musím jít na ty digitální automaty. Takže jako já se samozřejmě hned zorientovala, ale šla jsem právě prvně hned k té pokladně a teď už chodím rovnou k těm automatům, pokud teda neplatím zrovna hotově.“

ZK: „Řekla byste, že jsou ty technologie intuitivní na ovládání?“

Z5: „Jo, to určitě.“

ZK: „Takhle když jsem vám ty prvky vysvětlila a upozornila na ně, jedná se o něco, co příště třeba vyzkoušíte?“

Z5: „Asi upřímně ne, pro mě je to tu primárně asi fakt na ten balíček, protože já si raději třeba doma sednu, pořádně mrknu a objedná si, co zrovna potřebuji, takže se radši podívám doma v klidu a já úplně ty kamenné prodejny, co se týče té kosmetiky nemusím moc. Já to třeba ráda osahám, ale pak si to stejně raději objedná.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z5: „To je možná úplná blbost, co teď řeknu, ale když se třeba rozhodujeme s kamarádkami kolikrát, kam se půjdeme najíst, a je tam někde samoobslužný terminál, tak tam raději jdeme, minule jsme takhle někde byly a on tam nebyl, tak to jsme pak říkaly, že půjdeme jinam, že třeba nechceme mluvit s tou obsluhou a vybírat si tam jídlo, když si nemůžeme v klidu vybrat.“

ROZHOVOR č.6 – Zákazník číslo 6

ZK: „Kolikrát za rok tuto pobočku navštívíte?“

Z6: „Řekla bych, že tak 3x, moc často ne.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z6: „Od kolegyně, pracujeme totiž tady poblíž a ona sem taky chodí, takže díky ní jsem zjistila, že je nějaká prodejna i takhle blízko, předtím jsem chodila na Anděl.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z6: „Ano.“

ZK: „Používáte ji aktivně?“

Z6: „Jo, to jo, většinou když něco hledám, tak koukám tam.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z6: „Já sem vůbec nechodím, abych se na nějaký produkty dívala, chodím sem jenom vyzvedávat, což objednávám právě vždycky předem přes tu aplikaci.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z6: „Chodím sem jenom vyzvednout objednávku, nikdy mě upřímně nenapadlo jít se sem jen tak se na něco podívat, já to beru pořád hlavně jako e-shop, já i původně jsem si myslela, že to je fakt jenom e-shop.“

ZK: „Které prvky tedy využíváte?“

Z6: „Objednám si přes aplikaci, tam mi přijde kódiček a potom teda už ty platební automaty a vyvolávací displeje, co jsou nad pokladnami.“

ZK: „A vyhovuje vám tento částečně samoobslužný systém?“

Z6: „Jo, je to rychlý, že tu ani nečekám nijak dlouho většinou.“

ZK: „A když už na té prodejně jste, tak se díváte na nějaké vystavené produkty?“

Z6: „Jako koukám, ale většinou jen během toho, co čekám na objednávku, ale většinou to vydání bývá fakt rychlý, takže toho moc ani nestihnu, zrovna dneska jsem ale třeba koukala na parfémy.“

ZK: „Přijdou vám ty digitalizace, které používáte, intuitivní?“

Z6: „Jo, asi jo. I když! Jednou jsem vlastně nevěděla a měla jsem s tím problém, to bylo. když jsem tu byla poprvé asi a měla jsem nějak problém s tím pořadovým číslem, něco mi tam nebylo úplně jasné, asi jsem něco namačkala špatně, nebo nevím, už si to moc nepamatuji upřímně, pak mi teda došlo, že něco klikám špatně, ale byla jsem z toho zmatená na začátku, takže úplně intuitivní až tak ne.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z6: „Asi jakoby ne, já to tady využívám fakt jen na to vyzvednutí a v jiných obchodech to mívám podobně.“

ZK: „A když už teď o těch digitálních prvcích víte, je to třeba něco, na co se příště zaměříte? A pokud ano, tak na co?“

Z6: „Tak ty digitální cenovky mi přijdou zajímavý, jak jste je vysvětlovala, na ty se možná podívám ještě i dnes. Třeba to AR jsem zkoušela už v aplikaci, když jsem vybírala makeup a to mi přišlo takový, jak to říct, no asi ne úplně přesný, nebo moc jsem tomu nevěřila. A hlavně bych to asi nechtěla zkusit na prodejně před lidmi.“

ZK: „QR kódů jste si někdy všimla?“

Z6: „Ne, to nevěřím, nebo jestli jo, tak jsem je asi prostě ignorovala.“

ZK: „Setkáváte se v rámci aplikace s nějakými personalizovanými nabídkami produktů?“

Z6: „Tyjo, víte že ani nevím. Něco mi chodí, upozornění, maily, ale já to nečtu zásadně. Občas mi třeba přijde upozornění, že mají slevy na všechny parfémy, ale to nevím, jestli se do toho taky počítá. A i mi vlastně přišlo něco k narozeninám myslím, nějaká sleva.“

ZK: „A zkušenost s těmi personalizovanými nabídkami byste označila a jakou?“

Z6: „Asi dobrou, tak když vám přijde sleva, tak to většinou bude asi spíš pozitivní.“

ZK: „Preferujete samoobslužné automaty před klasickými? A pokud ano, tak proč?“

Z6: „Jo, určitě. Čím míň kontaktu tím líp.“

ZK: „Takže ve chvíli, kdy byste měla možnost zjistit si nějaké dodatečné informace o produktu a mohla to zjistit jak od digitalizace, nebo od prodejní asistentky, tak jakou možnost byste vybrala?“

Z6: „To zas nevím, dneska už si možná nechám raději poradit od té prodavačky. Jakože je to rychlejší a přece jenom asi má nějaký přehled, asi se klidně zeptám.“

ZK: „Setkala jste se někdy se situací, kdy jste nevěděla, jak daný digitální prvek použít?“

Z6: „Jenom poprvé, ale já tam asi jenom něco mačkala špatně, já nevím.“

ZK: „Která z těchto digitalizací se vám zdá nejefektivnější, z pohledu zákazníka, který o nich třeba teprve teď zjistil, ale má možnost je příště využít.“

Z6: „No, třeba to zkoušení za pomoci té rozšířené reality mi přijde super, nevím teda jak moc je to reálný, jak moc to jako je přesný, to taky asi záleží no. Ale to mi třeba přijde zajímavý, to jsem ještě nikdy neslyšela, že by to někdo měl přímo na prodejně, protože kvůli množství těch odstínů by se mi to hodilo, ale zas na druhou stranu nevím, jestli tomu věřím, no.“

ZK: „Takže i přestože se vám to zdá jako zajímavá vycytávka, tak jste vůči tomu z hlediska nějaké přesnosti nedůvěřivá?“

Z6: „Ano.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z6: „Nijak to nevyhledávám, takže spíš ne.“

ROZHOVOR č.7 – Zákazník číslo 7

ZK: „Kolikrát za rok tuto pobočku navštívíte?“

Z7: „Za rok upřímně nevím, ale řekla bych, že sem chodím tak jednou za tři týdny.“

ZK: „To je docela často, když to porovnáím třeba s ostatními zákazníky.“

Z7: „Já tu jako teď poslední dobou nakupuju už fakt jako skoro všechno, prostě drogerie, co bych si šla koupit do Tety, nebo do Dm, tak si jdu koupit sem.“

ZK: „A myslíte, že se vám to cenově vyplácí?“

Z7: „Jo, to určitě, cenově je to určitě levnější a prostě si objednáte na internetu v klidu co chcete a máte to jednodušší.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z7: „Určitě to bylo na nějaké doporučení někoho, nějaká kamarádka, nebo ségra moje možná.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z7: „Ne, to jsem ani nevěděla, že mají teda.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z7: „Já si vždycky jenom objednáвам, takže projedu stránky vždycky, než sem jdu, projedu třeba i sekci slev, ale spíš primárně sem jdu pro věci, co zrovna potřebuju.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z7: „Jenom čistě vyzvednutí.“

ZK: „A když takhle na té prodejně už jste, podíváte se i třeba na vystavené produkty?“

Z7: „Jo, kouknu, buď když čekám, nebo občas tu i chvíli potom zůstanu, většinou teda koukám na parfémy, že si jdu očichat nějaké, co mě zaujaly.“

ZK: „Které prvky tedy využíváte?“

Z7: „Ty platební samoobslužné automaty a ten displej, na kterém vyvolávají čísla objednávek.“

ZK: „A vaše zkušenost s tímhle systémem?“

Z7: „Myslím, že jednou jim to možná nefungovalo nějak celý, ten přístroj. Jako jediné, co se stává občas, tak teď tu jsou třeba čtyři ty přístroje myslím, tak třeba posledně třeba dva z nich nefungovaly. Že to bylo mimo provoz, ale jinak naprosto jednoduchý a nikdy jsem s tím žádné komplikace neměla a za mě je to super.“

ZK: „Šetří vám to čas, který na té prodejně strávíte?“

Z7: „Přijde mi, že asi jo, většinou tu nebývají ani fronty u těch automatů, takže to je fajn, navíc si to člověk sám zaplatí a je to pro mě i z toho důvodu víc komfortní. A pak akorát teda

občas čekám tu frontu, no, nemůžu říct ani, že by to byla fronta, tam bývá většinou pár lidí. Nestalo se mi asi, že bych tu někdy čekala nějak extrémně dlouho, maximálně pět minut třeba na to vydání. Takže za mě super, určitě za mě lepší, než kdybych vyloženě chodila za prodavačkou na pokladnu.“

ZK: „Když už jste to tak nakousla, tak ve chvíli, kdy byste měla možnost například vyhledat si nějaké dodatečné informace o produktu, tak byste raději využila digitalizaci, nebo se zeptala prodejní asistentky?“

Z7: „Asi záleží na konkrétním produktu, ale asi raději tu digitální verzi no, že si to prostě sama v klidu přečtu. Protože paní by mi asi chtěly něco vnutit, takže když si to sama v klidu přečtu, tak si to rozhodnu sama.“

ZK: „Zdají se vám tyto digitalizace, které používáte, intuitivní?“

Z7: „Jojo, za mě super úplně.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a ocenila byste ho i zde?“

Z7: „Tyjo, přemýšlím. No ne, za mě v ostatních prodejnách nemají ani tohle, takže za mě tady toho mají víc než všude jinde.“

ZK: „Setkala jste se třeba ze strany Notina v rámci webu, nebo e-mailu s nějakými personalizovanými nabídkami?“

Z7: „Spíš asi jen, že jak jsem na webu přihlášená, tak se mi tam zobrazují právě věci, který jsem si už dřív objednávala, nebo hledala a věci podobný tomu.“

ZK: „A jaká je s tímto vaše zkušenost?“

Z7: „Asi pro mě spíš pozitivní, alespoň vím, co jsem si objednala minule, pak už alespoň vím, jestli to chci zase, nebo jestli chci něco nového.“

ZK: „QR kódy na prodejně jste někdy využila?“

Z7: „Ne, to ne, jako vím, že tu nějaký jsou, ale nevěděla jsem, že to jde takhle přímo nějak využít, třeba na ty kosmetické salóny a tak.“

ZK: „Když už teď víte o možnosti vyzkoušení dekorativní kosmetiky za pomoci rozšířené reality, je to něco, co třeba příště vyzkoušíte?“

Z7: „Jo, určitě to půjdu zkusit, protože mi to přijde zajímavý a zajímá mě, jestli to funguje dobře a jak to vlastně bude vůbec vypadat.“

ZK: „Vy jste už naznačila, že platební automaty preferujete spíše, před nějakou komunikací s prodavačkami?“

Z7: „Jojo, protože já platím většinou až na místě, takže je to takový, že si to v klidu zaplatím a je to takový jednodušší.“

ZK: „Když se nad těmi digitalizacemi zamyslíte, které z nich vám jako pravidelnému zákazníkovi přijdou nejužitečnější, které třeba příště zkusíte?“

Z7: „Za mě určitě ty cenovky, já si upřímně nikdy nevšimla, že jsou u nich taky QR kódy, tak to mi přijde fajn. To mi přijde dobrý a příště zkusím.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z7: „Asi mě nenapadá příklad, kdy by to tak bylo.“

ZK: „A v případě, že byste o nějaké opravdu zdigitalizované prodejně věděla, tak by vás to spíše lákalo, nebo by vás to naopak odradilo?“

Z7: „Tak určitě lákalo, protože i když si vezmu třeba dejme tomu Zaru, tak ta, jak má ty vlastní samoobslužné pokladny, kdy si člověk může vzít vlastní zboží, odejít a zaplatit, tak je to takové lepší, že tam není ten lidský kontakt, já ho mám většinou ráda, nevadí mi ty prodavačky, jsou tam podle mě potřeba, ale svým způsobem je za mě lepší, že si to člověk udělá sám, má na to klid. I proto chodím sem, si vyzvedávat ty balíčky.“

ROZHOVOR č.8 – Zákazník číslo 8

ZK: „Kolikrát za rok tuto pobočku navštívíte?“

Z8: „No, řekla bych, že asi tak 3x – 4x.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z8: „To bylo určitě od kamarádky, která si sem šla, já nevím, tak 2, 3 roky zpátky vyzvednout zásilku a vzala mě rovnou s sebou. Já do té doby vůbec nevěděla, že Notino má i prodejnu.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z8: „Ne, objednávám jenom přes webové stránky.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z8: „Řekla bych, že skoro pokaždý, většinou si jdu vyzvednout balíček, takže bych řekla, že asi vždy, nedívám se teda třeba na nabídku jako takovou, nebo na slevy, ale prostě tam vždy objednáám a nechám si to poslat na pobočku.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z8: „Většinou to je právě to vyzvednutí balíčku, nebo nějaké objednávky, tím, jak je to tady v centru a většinou se pohybuji někde poblíž, tak to využiju raději než si to nechat dovézt domu, navíc si neobjednávám nikdy nic extra těžkého, spíš třeba jednu věc, takže je pro mě dovoz domu zbytečný. Potom jsem se tu byla asi třeba jednou podívat na parfémy, ale jinak sem jdu vždy za účelem vyzvednutí té zásilky, no.“

ZK: „A když takhle na té prodejně už jste, podíváte se i třeba na vystavené produkty?“

Z8: „Jo, to většinou jo, hlavně teda během toho, co čekám na vyvolání lístku, ono to k tomu tak vybízí.“

ZK: „Které prvky tedy využíváte?“

Z8: „Tak určitě ty automaty pro vyzvedávání balíčků, pak tu obrazovku, tím, že tam vyvolávají čísla, a i jsem jednou vyzkoušela to hledání těch cenovek, jak je na těch tabletech, ale tím, že dekorativní kosmetika úplně není to moje, tak jsem to nijak víc nezkoumala.“

ZK: „A vyzkoušela jste tedy i tu rozšířenou realitu, která je součástí těch tabletů?“

Z8: „Ne, to se přiznám, že jsem si toho nevšimla vůbec.“

ZK: „A lákalo by vás to vyzkoušet?“

Z8: „No, asi jo, spíš tak ze zvědavosti, asi abych zjistila, jak moc je to třeba přesný, protože si to upřímně nedovedu moc představit, nevím jak moc to dokáže být přesný. Akorát bych to vyzkoušela spíš ve chvíli, kdy by v obchodě zrovna nebylo moc lidí, asi by se mi do toho nechtělo, když by na mě ostatní koukali, nebo kdybych to zkoušela s kamarádkou, to by možná bylo fajn.“

ZK: „A jaká je vaše zkušenost s tím systémem na vyzvedávání balíčků?“

Z8: „Jo, no tak mě to přijde vcelku fajn, občas teda moc nechápu, proč to odbavování nebývá normálně skrz pokladní, přijde mi takový zvláštní stát ty dvě fronty, hlavně když na pokladně v tu chvíli stojí prodavačka a nemá tam co dělat, tak to mě párkrát zarazilo, ale jinak mi to přijde v pohodě, ty fronty jdou většinou docela rychle. Akorát by tu mohlo být možná víc těch obrazovek na vyvolání, abych v těch frontách nemusela čekat, ale stihla se i projít.“

ZK: „Přijde vám, že vám to šetří čas, který na prodejně strávíte?“

Z8: „To bych asi úplně neřekla, ale určitě ho to ani neprodlouží, oproti tomu, než kdybych si to vyzvedávala skrz prodavačky, teda myslím si to alespoň.“

ZK: „Zdají se vám tyto digitalizace intuitivní?“

Z8: „Jo, to jako rozhodně, je to fakt jednoduchý, jen jsem poprvé nemohla ten automat najít, když jsem si šla něco vyzvednout, ale jinak ta samotná manipulace s tím strojem mi přijde fakt jednoduchá.“

ZK: „Navrhovala byste tedy třeba automaty přesunout na jiné místo?“

Z8: „Možná, tak on to nebyl nějaký extrémní problém ani v tu chvíli, jen jsem prostě automaticky šla na pokladnu, protože jsem si myslela, že se to vyzvedává hned tam, jako v jiných obchodech. Možná bych to třeba jen líp označila.“

ZK: „Setkala jste se třeba ze strany Notina v rámci webu, nebo e-mailu s nějakými personalizovanými nabídkami?“

Z8: „Občas mi tam skáče takový to, co jsem si už vyhledala, nebo nějaký podobný produkty, ale že bych si vzpomněla na nějaký konkrétní příklad, tak to asi ne. Možná jen to, že mi chodí slevy k narozeninám, to vím, zrovna nedávno jsem ji využila, tak jestli se počítá i to.“

ZK: „A jak se k takovým personalizovaným nabídkám stavíte?“

Z8: „No, občas mi to přijde fajn, stává se mi, že hledám třeba odstín rtěnky a pak mi dost podobný odstíny vyskakují i v doporučení, takže si nemusím dávat tu práci s tím, to zvlášť hledat třeba.“

ZK: „QR kódy na prodejně jste někdy využila?“

Z8: „Ne, to jsem upřímně ani nevěděla, že tu je, nevšimla jsem si toho.“

ZK: „A váš názor na QR kódy obecně?“

Z8: „Jako ještě nikdy se mi asi nestalo, že bych někde viděla QR kód a naskenovala ho, většinou je ignoruju.“

ZK: „Pokud byste měla možnost zjistit si dodatečné informace o produktu skrz digitalizaci, nebo se zeptat prodejní asistentky, co z toho byste preferovala?“

Z8: „U mě asi hodně záleží, o jaký produkt by šlo a jakou bych měla ten den náladu. Třeba u parfémů mi přijde super takový ten přístroj, mají to myslím na stránkách, kdy tam zadáte, co vám voní a ono vám to podle toho vyhledá, to bych preferovala spíš digitalizaci, protože těch vůní a parfémů je tolik, že si je podle mě nemůže snad žádná prodavačka zapamatovat. Když jde ale třeba o nějakou skin care, tak si asi raději nechám poradit od těch prodavaček.“

ZK: „A třeba ty platební automaty preferujete před klasickými pokladnami?“

Z8: „Jo, to asi jo, co se týká té stránky toho placení, tak mi vyhovuje, že nemusím s nikým mluvit, spíš mě občas vadí ty dvě fronty no.“

ZK: „Když se nad těmi digitalizacemi zamyslíte, které z nich vám jako pravidelnému zákazníkovi přijdou nejužitečnější?“

Z8: „Tak ta rozšířená realita mi přijde zajímavá a asi i užitečná, pokud je to přesný teda, to teprve musím vyzkoušet.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z8: „Asi to nikdy nebyl důvod, proč jsem se ji rozhodla navštívit, ale většinou to pro mě bývá milý bonus, třeba to, že mám možnost vybrat si, jestli budu platit na samoobslužný pokladně, nebo ne, napadají mě například fastfoody, nebo podobný restaurace. Jo, vlastně to možná bývá důvod například i u takových těch klasických obchodů s potravinami, napadá mě Lidl, protože tím, jak je ta prodejna malá, tak ve chvíli, kdy na nějaký pobočce nejsou samoobslužný pokladny, tak tam vznikají fakt nepříjemný fronty, takže v takovém případě většinou fakt skoro vždy volím možnost se samoobslužnými pokladnami.“

ROZHOVOR č.9 – Zákazník číslo 9

ZK: „Kolikrát za rok tuto pobočku navštívíte?“

Z9: „Řekla bych, že tak 5x, určitě hodně před svátkami, to asi nejvíc.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z9: „To bylo podle mě tak, že jsem si objednávala balíček a podle mě mi to tam vyskočilo v možnostech doručení a tím, že je sem levnější doručení, nebo poštovní, tak jsem si vybrala tuhle pobočku, protože je asi nejvíc v centru řekla bych, nebo minimálně je to pro mě určitě nejvýhodnější.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z9: „Jojo, ale spíš tak jako staženou v mobilu, moc tam nechodím, i ty balíčky většinou objednávám normálně přes web.“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z9: „Tak většinou když si něco objednávám, jinak upřímně na nějaký dostupnosti na prodejně nekoukám.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny?“

Z9: „Nejčastěji sem jdu pro balíček, nikdy jsem sem nešla jen proto, abych se třeba na něco podívala, nebo tak, jako když už tu jsem, tak se pak kouknu třeba na parfémy, a očichám je, zatímco čekám, ale jinak ne.“

ZK: „Takže když už na té prodejně kvůli objednávce jste, tak se i podíváte kolem a projdete si ji?“

Z9: „Jojo, to určitě, většinou když čekám v té frontě na vyzvednutí, na objednávku, tak spíš, než bych čekala na jednom místě, tak si to aspoň projdu, ale dost často to bývá rychlý ten proces a pak většinou hned jdu.“

ZK: „Jaké z těch digitalizací tedy využíváte?“

Z9: „No tak, určitě ty automaty, ty tabule, kde se ukazuje číslo objednávky, no a jednou jsem naskenovala QR kód na těch cenovkách, nevím, jestli se to počítá, ale abych zjistila cenu po slevě, protože na té vytisknuté cenovce byla jen sleva před a u toho informace, že je na to momentálně sleva asi 30 %, nebo kolik, tak se mi to upřímně nechtělo počítat, tak jsem si to naskenovala.“

ZK: „Jaká je vaše zkušenost s tím systémem vyzvedávání zboží?“

Z9: „Za mě docela dobrá, sama si to zaplatím, nemusím s nikým mluvit, počkám chvíli na vyvolání čísla a je hotovo.“

ZK: „Řekla byste, že je to intuitivní?“

Z9: „Jo, to ano.“

ZK: „Preferovala byste tedy spíše klasické pokladny, nebo tyto samoobslužné?“

Z9: „Určitě ty samoobslužný.“

ZK: „Přijde vám, že vám to šetří čas, který na té prodejně strávíte?“

Z9: „Řekla bych, že asi jo.“

ZK: „Co například ta rozšířená realita, využila jste ji tu někdy?“

Z9: „Ne, já upřímně nevěděla, že ji tu mají, vyzkoušela jsem ji asi 2x v té aplikaci, nebo na webu, nevím, přes jedno nebo druhý to jde vyzkoušet právě taky, ale upřímně mi to nepřišlo nejpřesnější, nebo aspoň mi to tak v tu chvíli přišlo.“

ZK: „A všimla jste si někdy v rámci aplikace, popřípadě webu nějakých personalizovaných nabídek?“

Z9: „To asi jo.“

ZK: „Vzpomenete si jakých?“

Z9: „No, jako určitě mi tam skáčou takové ty nabídky na produkty, který jsem si buď vyhledala, nebo koupila, teď co si tak vzpomenu, tak to bylo u rtěnek a lesků na rty posledně, že jsem si tam jeden hledala a pak mi tam ten produkt ještě několikrát skočil, ale takhle to mívám u většiny stránek bych řekla.“

ZK: „A jak se k těmto personalizovaným nabídkám stavíte?“

Z9: „Tak mně to přijde vesměs asi fajn, občas jsem tak schopná objevit fajn produkty.“

ZK: „Využila jste někdy mobilní aplikaci Notino přímo na prodejně?“

Z9: „Jen abych mohla zadat ten kód na vyzvednutí do automatu, jinak ne.“

ZK: „Pokud byste měla možnost zjistit si dodatečné informace o produktu skrz digitalizaci, nebo se zeptat prodejní asistentky, co z toho byste preferovala?“

Z9: „Asi spíš tu digitalizaci, přijde mi to lepší, že dost často jinak musím třeba ty prodavačky odmítnout s tím, co mi doporučí, a cítím se pak třeba trochu pod tlakem, jako chápu, že je to jejich práce, to aby prodávaly a doporučovaly, ale občas si pak kvůli tomu cítím blbě, že jim беру čas a nakonec si ten produkt třeba ani nevezmu, takže za mě určitě raději to, že bych si to našla sama.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z9: „Teď si asi žádnou nevybavím.“

ZK: „Je nějaká digitalizace, kterou byste na této prodejně uvítala?“

Z9: „Tyjo, to teď úplně takhle z hlavy asi nevím, nic mě nenapadá, pardon.“

ROZHOVOR č.10 – Zákazník číslo 10

ZK: „Kolikrát za rok navštívíte tuto prodejnu?“

Z10: „Řekla bych, že tak 3x třeba.“

ZK: „Jakým způsobem jste se o této konkrétní pobočce dozvěděla?“

Z10: „Podle mě to bylo, když jsem zadávala na stránkách, že si chci vyzvednout balíček na prodejně a vyhodilo mi to tuhle.“

ZK: „Máte mobilní aplikaci?“

Z10: „Ne, to nemám.“

ZK: „A víte, že existuje?“

Z10: „Jo, to jsem tak nějak zaregistrovala, asi na Instagramu, ale tak nějak mi stačí ten web, tam jsem přihlášená, takže účet tam mám taky, takže ta aplikace je pro mě zbytečná“

ZK: „Jak často před příchodem do prodejny používáte mobilní aplikaci, či webové stránky? Například abyste si předem zjistila dostupnost produktů, nebo aktuální slevové akce.“

Z10: „Vždy předtím, než si objednávám. Jinak ne.“

ZK: „Jaká bývá vaše motivace k návštěvě prodejny? Jdete sem přímo za účelem vyzvednutí objednávky, jen tak se podívat, nebo zkrátka přímo pro nějaký konkrétní produkt?“

Z10: „Jak už jsem říkala na začátku, tak já sem chodím čistě pro ty balíčky, fakt čistě pro ty objednávky no.“

ZK: „Když už si na prodejně ten balíček vyzvedáváte, projdete si při té příležitosti prodejnu?“

Z10: „No, většinou, když čekám ve frontě na vyzvednutí, tak jo, to jdu pak většinou nejčastěji tam k parfémům, nebo na rtěnky se podívat, ale většinou nečekám nijak dlouho a když dostanu balíček, tak pak rovnou odcházím.“

ZK: „Které ze zmíněných digitalizací při návštěvě používáte?“

Z10: „No, tak ty automaty, kde zaplatím a pak mi to vyhodí lísteček a pak tu obrazovku, kde vyvolávají objednávky, které jsou už připravené.“

ZK: „Jaká je Vaše zkušenost s tím systémem vyzvedávání objednávek?“

Z10: „Většinou dobrá, posledně tady sice teda dva z těch automatů vypadly, ale tím, že jich je tu kolik, čtyři? Tak to zas takový problém nevytvořilo, já tu hlavně byla během všedního dne, tak to možná taky hrálo nějakou roli v tom. Jinak mi to přijde v pohodě, je to rychlé většinou.“

ZK: „Šetří Vám tento systém čas strávený na prodejně?“

Z10: „Asi jo, řekla bych, že jo.“

ZK: „Zdají se Vám tyto automaty jednoduché na používání?“

Z10: „Jojo, to rozhodně, jako nikdy jsem s tím neměla žádný problém.“

ZK: „Preferovala byste spíše klasické pokladny, nebo tyto samoobslužné?“

Z10: „Mně je to asi tak nějak jedno, pokud mi to nijak neprodlužuje ten čas a je to pořád stejně rychlé. Možná spíš tyhle mi jsou o něco málo víc milejší tím, že nemusím s nikým mluvit, když nechci.“

ZK: „Vyzkoušela jste na prodejně někdy rozšířené reality?“

Z10: „Ne, nevyzkoušela, na prodejně jsem upřímně ani nevěděla, že tohle mají, zaznamenala jsem asi na sociálních sítích, že ta prodejna v Brně tohle má, ale tady jsem to nevěděla.“

ZK: „A v aplikaci jste AR vyzkoušela?“

Z10: „Asi jednou jsem tam zkoušela rtěnku, ale upřímně tomuhle zas tak moc nevěřím a když už teda, tak si to zkusím na sobě, v té aplikaci mě tenkrát zajímalo spíš to, jak to funguje.“

ZK: „Využila jste na prodejně někdy vyhledávače digitálních cenovek?“

Z10: „Ne, taky ne.“

ZK: „A QR kódů jste si někde na ploše všimla?“

Z10: „Ne.“

ZK: „Jak se vůči QR kódům obecně stavíte?“

Z10: „Většinou je ignoruji, muselo by tam být napsané vážně něco zajímavého, aby mě to přesvědčilo ho naskenovat.“

ZK: „Všimla jste si někdy v rámci webu nějakých personalizovaných nabídek?“

Z10: „Jo, tak jako skáče mi tam občas to, co jsem už vyhledávala.“

ZK: „Jaký na to máte názor?“

Z10: „No, podívejte, já to беру tak, že tomu už prostě člověk dneska neuteče a pravda je taková, že občas mi to hodí docela zajímavý věci, jako doporučení, takže mně to asi nijak nevadí.“

ZK: „Pokud byste měla možnost zjistit si dodatečné informace o produktu skrz digitalizaci, nebo se zeptat prodejní asistentky, co z toho byste preferovala?“

Z10: „Asi spíš tu digitalizaci.“

ZK: „A z jakého důvodu?“

Z10: „Asi je mi to nějakým způsobem milejší, mám na to třeba víc času, větší klid.“

ZK: „Je nějaká digitalizace, která tu zatím není a ocenila byste ji?“

Z10: „No, jestli jsem to dobře pochopila, tak na Instagramu myslím ukazovali, že na pobočce v Brně, nebo v Praze i, to teď nevím, mají takový ten přístroj, který vám doporučí vůně podle toho, co vám voní. To tu je?“

ZK: „Ne, to je pouze na pobočce v Brně.“

Z10: „Jo, no tak to by mi přišlo fajn no.“

ZK: „Byla někdy víc zdigitalizovaná prodejna důvodem, proč jste se ji rozhodla navštívit?“

Z10: „To si asi nevybavím, myslím ale, že spíš ne. Ale jako je mi to sympatický, asi by to byl nějaký bonus.“

ROZHOVOR č. 1 – Asistentka prodeje číslo 1

ZK: „Pokud se zaměříme na ty digitalizace, přijde vám, že vám s komunikací se zákazníky pomáhají, nebo ji naopak nějakým způsobem ztěžují?“

PA1: „Ne, já si myslím, že to určitě pomáhá, ale ty lidi nevědí, že to mohou samoobslužně využívat.“

ZK: „Je něco, co byste navrhla na zlepšení tohoto problému?“

PA1: „Třeba platební automaty, co se týče e-hopu, ty jsou supr. Akorát jsou umístěny na hodně špatném místě, protože kdybyste to tu viděla před Vánoce, tak tu vede jedna dlouhá fronta na automat a jedna na vyvolávací systém. A ty lidi, co přišli jenom pro balíček, tak byl plný obchod jenom těchto lidí. Takže to si myslím, že by mělo být daný třeba stranou. Aby ty lidi, co si jdou jenom pro balíček, vlastně nepřekáželi těm ostatním. Protože člověk, který přijde do obchodu a vidí tady tisíce lidí a chce si koupit nějakou určitou věc, tak určitě raději odejde, protože ta fronta ho prostě odradí. Přitom to není fronta na pokladnu, to je fronta na ten e-shop. Tak to umístění je spíš takové blbé, navíc občas si jich lidi nejdřív ani nevšimnou.“

ZK: Takže s tímto systémem dobrá zkušenost, jenom to umístění byste změnila“

PA1: „Ano, jinak si myslím, že je to supr věc, protože oni si tam vlastně natukají, rovnou kartou i zaplatí a pak už se to jenom vyzvedává.“

ZK: „A třeba k těm displejům, které u dekorativní kosmetiky umožňují návštěvníkům vyhledat produkt v rámci digitálních cenovek, nebo ho dokonce za pomoci AR vyzkoušet? Je tam něco, co byste navrhovala změnit?“

PA1: „Možná nějakou ceduli bych přidala, výraznou, která by ty zákazníky vybídla k vyzkoušení toho. Ono je to takový nenápadný, že ty lidi ani nevědí, že to tady je, a že to můžou použít. My samozřejmě jim to říkáme, když chtějí znát cenu, říkáme pojďte, já vám to ukážu, můžete si v tom sám listovat, ale ty lidi to jinak neví.“

ZK: „Co se týká těch digitálních cenovek s QR kódy, které máte běžně tištěné u produktů, tak tam to například u slev funguje jakým způsobem?“

PA1: „No, ta cena vlastně je ve slevě, na eshopu a na webu, ale není zobrazená na té kartičce. Vy si vlastně můžete naskenovat ten QR kód, co je na ní natištěný a potom vás to převede na web, kde už je ta cena spolu se slevou. Je to takový docela komplikovaný.“

ZK: „To rozumím, já na první dobrou jsem si třeba těch QR kódů taky nevšimla.“

PA1: „No a teď kolikrát přijdou i děti a teď nám ty cenovky u produktů celý zpřehážou, anebo shodějí, protože ono to tam není napevno. Tak je to takový hodně nepraktický. A i mi to přijde, že na tuhle dobu, jaká je digitalizace, tak to si myslím, že tohleto už je špatně.“

ZK: „Že by se to mělo tedy líp zařídit?“

PA1: „No, prostě kdyby to alespoň bylo na pevně, aby to tam drželo, aby to lidi nemohli přehazovat, přijde dítě malý a to si tady s tím hraje a úplně to celý přeháže. A na dnešní dobu si myslím, že je to hodně zastaralý.“

ZK: „A já když to naskenuji, tak mě to zase hodí na produkt v aplikaci, nebo na webu, ukáží se údaje o složení, dodatečné informace a tak podobně, že?“

PA1: „Ano, přesně tak.“

ZK: „Získáváte od zaměstnavatele, nebo od vedoucího prodejny třeba nějaké školní ohledně toho, jak ty digitalizace správně obsluhovat?“

PA1: „Máme školení na novinky, na nové produkty.“

ZK: „A vyloženě nějaké, které se týká třeba těch QR kódů, platebních automatů, nebo tak, to ne?“

PA1: „To ne, to ne, to jenom vlastně zaškolí nováčka, když přijde někdo nový, tak zaškolí, ale jinak ne.“

ZK: „Na digitálních obrazovkách vždycky běží nějaké současné promo akce, nebo promo videa?“

PA1: „Ano, přesně tak, nebo na novinky no, převážně na novinky.“

ZK: „Je nějaký digitální prvek, se kterým jste se setkala na nějaké jiné prodejně a hodil by se vám zde, něco, co by například pomohlo ještě více zefektivnit chod prodejny?“

PA1: „Já si myslím, že to máme dostačující.“

ZK: „A například zcela samoobslužné pokladny? Protože ty, co zde máte jsou jen pro vyzvedávání předem objednaného zboží.“

PA1: „Myslím si, že to by u nás nefungovalo, protože tady se hodně shledáváme se zloději. Je to samoobslužný, nemáme tady ostrahu, takže si to musíme hlídat samy, jsme tady blízko nádraží, kde jsou převážně feťáci, bezdomovci a hodně sem chodí. Samozřejmě se krade jak ostrý zboží, tak testery, hlídáme si to tady samy a jak je to samoobslužný, tak by nám to tu práci značně komplikovalo.“

ZK: „Která z aplikací se vám zdá, že je zákazníky nejvyužívanější?“

PA1: „Nejvyužívanější je určitě ten e-shop, protože z pohodlí domova oni si to nařukají a nemusejí to tu obcházet. Ale zase je to nevýhoda, pokud je to novinka, tak oni ještě neví, co je to za produkt, jak voní...tady je lepší zase jít na prodejnu, že si to člověk osahá, ovoní...“

ZK: „Ano, je pravda, že když jsem se takhle bavila se zákazníky, tak naprostá většina z nich si to buď rovnou objedná na prodejně, popřípadě jdou na prodejnu a když se jim produkt líbí, tak si ho ještě dodatečně objednájí skrz e-shop.“

PA1: „Ano, nebo přesně, oni si to tu vyzkouší a pak řeknou, že si to objednájí z domova. A my se jich pak ptáme proč, snažíme se je přesvědčit, ať si to koupí u nás na prodejně, máme stejné ceny a ještě u nás můžou dostat dárečky na pokladně. Snažíme se ty lidi, aby si to tady nakoupili, ale spousta lidí díky covidu se naučilo přes e-shop, takže využívají to.“

ZK: „Za předpokladu, že by zákazníci o všech zmiňovaných digitalizacích věděli, tak co by se vám zdálo nejužitečnější, nejvíce vám usnadnilo práci?“

PA1: „No pomohly by nám ty samoobslužný cenovky, protože tam člověk zjistí sám, bez naší pomoci, kolik to stojí.“

ZK: „Takže tam máte opravdu největší problém?“

PA1: „Ano, ano, tam ti lidé neví, že to můžou využívat a my samozřejmě s tím produktem musíme běžet k té pokladně, protože u té dekorativky tam žádné ceny nejsou.“

ZK: „A nejsou tam z jakého důvodu?“

PA1: „Tak tam je nemáte kam dát, tam jak je to na tom stojanu, tak tam ani nejde jakoby dát ty cenovky, teď je tam hrozně moc odstínů, barev, je možný, že i jiný odstín je občas jiná cena, takže to si vůbec nedovedu představit.“

ROZHOVOR č.2 - Asistentka prodeje číslo 2

ZK: „U kterých digitalizací si všímáte, že je zákazníci využívají nejvíce?“

PA2: „Ono jak kdy a jak kdo, většina zákazníků právě vůbec neví, že to tady máme, já jsem to třeba taky dlouho nevěděla. Jako vím, že tam máme ty tablety na ty ceny, ale třeba to AR, jak si tam můžou zkoušet ty odstíny rtěnek, tak to jsem právě jako taky zjistila teprve nedávno, až když jsem tu začala pracovat.“

ZK: „A byla jste na to nějak proškolená?“

PA2: „No, já to měla takové trošku složitější, protože zrovna když jsem nastoupila, tak školitelka byla na měsíc na dovolený.“

ZK: „Takže na to zaškolování zde máte přímo osobu, která se o to stará?“

PA2: „Jojo, máme tady trenérku, která přímo zaškoluje nové zaměstnance, ale právě byla pryč zrovna, když jsem nastoupila, takže mě tu ostatní tak jako provedli, ale vlastně do teď mě tu nikdo nezaškolil, tak nějak víc. Ten první den mě tu vlastně jen provedla vedoucí, ukázala mi u každý značky, co jsem zrovna potřebovala vědět, nebo třeba ukázala nejvíce prodávané produkty.“

ZK: „Je něco, co by vám práci s těmi digitalizacemi usnadnilo?“

PA2: „Mně by hlavně pomohlo, kdyby to fungovalo.“

ZK: „Bývá s nimi problém?“

PA2: „Cenovky tady hodně vypadávaly teď v poslední době, že jsme pořád musely lítat s tím na kasu.“

ZK: „To znamená přestal fungovat ten displej jako takový?“

PA2: „Jojo, že tam byl vlastně jen čarový kód a nebyly tam vůbec ty ceny, takže teď teprve jsme to zprovoznili, takže to bylo hodně náročný, teď posledních pár dní. Což teď nechci, aby to vyznělo, že si stěžuju, nebo tak.“

ZK: „Ne, to jsem přesvědčená, že nevyzní, hlavně je to jedna z věcí, které se taky snažím zjistit, totiž to, jak to funguje, nebo nefunguje, takže děkuju za tu informaci.“

PA2: „Jo, ono je to strašně praktický v tom, že stačí pípnout čarový kód toho produktu, pípnout čarový kód cenovky a jenom to jako oživit tu cenovku, že vlastně nemusíme jako někde nic tisknout, nemusíme jako řešit k čemu co patří, že teda vlastně v tomhle je to zjednodušený.“

ZK: „Takže běžně ty ceny propojujete s produkty i vy sama, respektive vy jako prodejní asistentka?“

PA2: „Jojo a v tomhle ohledu je to právě fajn, jen teda bohužel občas to vypadne, nebo to ukazuje jinou cenu, než máme jako aktuálně na e-shopu. Ale teďko bychom měli mít fakt jako všechno aktuální.“

ZK: „Jaké bývají třeba reakce zákazníků, když ty digitalizace využívají? Všímáte si třeba toho, že u nějakých jsou spíše zmatení, jinde třeba spokojení s celkovým průběhem?“

PA2: „Já mám pocit, že když už jako ví, tak bych řekla, že jsou spokojení, že si tam sami vyhledají ty ceny a dobrý, ale když někdo fakt jako neví, tak si myslím, že i pro ně je to taková komplikace, že buď musí jít za námi, nebo si to tady jako lidi hledají na internetu, to teď hodně dělali, jak nám nefungovaly ty cenovky, že tady normálně chodili s telefonem a na internetu si hledali ty produkty a tak.“

ZK: „Jak se vy, v pozici zaměstnance, stavíte k těm digitalizacím? Pomáhají vám v té komunikaci se zákazníky, nebo to naopak komplikují ve smyslu, že za nimi pak musíte chodit a radit jim?“

PA2: „Zase jak u koho no, samozřejmě víc u těch starších lidí, tak z toho bývají třeba občas zmatení i z těch platebních automatů, že tam jako musíme chodit přímo, být tam přímo s nimi, ukázat jim, jak to funguje, nebo to jako přímo udělat za ně. Takže v tomhle ohledu je to takový horší. Taky je to matoucí, že třeba ty platební automaty jsou jako tady úplně za rohem, že ty lidi jdou vždycky automaticky na pokladnu, takže my je z pokladny musíme posílat zpátky.“

ZK: „Jo, to se musím přiznat, že se stalo i mě, když jsem si sem šla něco poprvé vyzvednout. Je podle vás třeba nějaká změna, která by tohle pomohla vyřešit?“

PA2: „Možná u těch cen, tak u té dekorativní kosmetiky dát tam nějakou ceduli, že je to pro ně občas prostě matoucí, že některým lidem nedochází, že to jsou testery, nebo že buď si myslí, že jsou to přímo ty produkty na prodej, a nebo že jdou potom přímo s testerem k pokladně a chtějí si koupit ten. Takže tam možná dát nějakou ceduli, že se jedná o testery, to samý s těmi tablety, co tam jsou.“

ZK: „Napadne vás třeba nějaká digitalizace z nějakých jiných prodejen, která by se sem hodila a mohla by napomoci k efektivnějšímu chodu prodejny?“

PA2: „Já se přiznám, že takhle z jiných prodejen si jako nejsem vědoma, že by tam byly takhle nějaký digitalizace, že mám pocit, že všude, kde jsem chodila, tak že tady je to takový nejvíc zautomatizovaný.“

ZK: „Jaká digitalizace je nejvyužívanější?“

PA2: „Určitě ty platební automaty.“

ZK: „Pracujete třeba i nějak s těmi QR kódy, co jsou tu po prodejně rozmístěny?“

PA2: „Upřímně jsem si jich ani nevšimla, se přiznám.“

ZK: „Která z aplikací přijde vám osobně nejužitečnější?“

PA2: „Ty platební automaty určitě, ono to hodně zjednodušuje výdej těch objednávek, že vlastně nám tam po zadání toho kódu vyjede vzadu ve skladu papírek a tam přesně víme kde to máme, na jaký je to jméno, ta krabice. Je to o dost jednodušší, než kdyby nám lidi chodili přímo na pokladnu s číslem objednávek, protože než bychom to dohledali, tak by to bylo časově náročný a takhle je to mnohem jednodušší.“

ROZHOVOR č.3 - Asistentka prodeje číslo 3

ZK: „Jak často si všímáte, že zákazníci využívají zmiňované digitalizace, popřípadě jaké nejčastěji?“

PA3: „No rozhodně nejvíc využívají to vyzvedávání přes automat, pak si můžou odbavit balíček i v aplikaci a vynechat ten automat, to používají. QR kódy to jako moc ne, co jsou u výrobků, aby získali bližší informace k nim. No samozřejmě cenovky, ale to moc nevyužívají.“

ZK: „Co třeba to zkoušení dekorativní kosmetiky za pomoci AR?“

PA3: „Ne, to moc ne.“

ZK: „A proč myslíte, že to tak je?“

PA3: „No, většinou bych řekla, že zákazníci, co sem chodí si už rádi ten odstín vyzkouší, ale spíš to využívají, když objednávají online. Potom když už jsou na prodejně, tak už si ho raději vyzkouší na prodejně a nepotřebují k tomu to AR, přijde mi, že když už, tak to zkusí v té aplikaci.“

ZK: „Když rovnou navážu na ty aplikace – nabízíte je nějak aktivně zákazníkům?“

PA3: „Jo, rozhlašuje se to tady v tom našem rozhlasu, co jako běží taková smyčka, já nevím, každých 10 minut. Pak tady přes špičku před Vánoce byla hosteska, nebo jsou nějaký intervaly, kdy tady máme hostesku z Notina, která ty aplikace nabízí, protože tam se dá objednat i do salónů a na různé služby v okolí, kde ten člověk žije. A jinak my to máme trochu rozdělený, protože aplikace směřuje k e-shopu a e-shopovým prodejům a my se tady snažíme, aby ten zákazník nakoupil rovnou u nás na prodejně. Takže jako tak okrajově jo, samozřejmě sem přijde hodně zákazníků, kteří objednávají přes aplikaci a jdou si to jenom vyzvednout, ale my jim pak rádi k tomu přidáme i ten servis tady na prodejně, aby se sem i rádi vraceli.“

ZK: „Jaké jsou vaše dojmy z těch digitalizací? Zdá se vám, že vám usnadňují tu práci, nebo naopak spíš komplikují?“

PA3: „Rozhodně ty cenovky usnadňují práci, protože je i nějaká strategie, že se ty ceny upravují podle konkurence, takže nám se ty ceny změni i třeba z hodiny na hodinu, že se stane, že přijde zákazník, stojí to tolik dopoledne, rozhodne se přijít odpoledne a už je jiná cena. To bychom se z toho zbláznili, v tomhle množství už to ani nejde jinak. Hodně nám taky pomáhá odbavování zákazníků přes automat, protože, i nám to pomáhá v těch nákupech, protože oni si tady vyzvednou ten lísteček, vzadu nám vyjede, že už je na prodejně, my to mezitím hledáme, oni mají čas se ještě porozhlédnout a potom my máme ještě příležitost je

odchytit na něco jiného. Takže nám to ještě dává prostor vlastně v tom smyslu, že sem přijde hodně zákazníků jenom pro objednávku, ale často si tady ještě něco přikoupí.“

ZK: „Ano, i z toho, co jsem zatím zjistila od zákazníků, tak naprostá většina z dotázaných si sem chodí hlavně pro balíčky.“

PA3: „No a rádi si ještě třeba, holky obzvláště, něco přihodí, slyší na nějaký akce, máme dárečky k nákupu, takže to určitě pomáhá taky.“

ZK: „Jak ovlivňují ty digitalizace vaši komunikaci se zákazníky? Například, že třeba neví, jak něco použít.“

PA3: „Jojo, stává se nám často, že mají problém s těmi automaty, u těch je to spíš technická věc, že hledají, hledají ty automaty, starší lidi často chtějí asistenci, ti, co jsou tu poprvé, často chodí třeba maminky šedesátiletý vyzvedávat dcerám balíčky, takže ty jsou jako takový ztracený, ale my jim to jednou ukážeme a oni už se pak jako chytí. Takže ta první interakce je taková jako nejistá, když to neznají, ale pak zjistí, že je to v podstatě vlastně jednoduchý, že to zvládne každý, občas tápou, ale my jsme tu taky od toho, abychom jim poradily.“

ZK: „Takže to není nic, co by vám nějakým způsobem znesnadňovalo práci?“

PA3: „Ne, to ne, je tam ta chvílička, kdy neví, my je navedeme třeba k tomu automatu a řekneme jim pár slov, co mají do toho naťukat, ale je to rychlejší ve finále, než kdybychom to vydávaly celý jako u pokladny. A občas tedy bývají někteří naštvaní, že musí čekat dvakrát frontu, jednou na automat a pak ještě na výdej.“

ZK: „Takže se potkáváte i s nějakými negativními reakcemi?“

PA3: „Jako málokdy, občas třeba mě ještě napadá, že si lidi stěžují, že musí platit 25 korun za dopravu, jenomže to je tím, že si myslí, že sklad máme tady, ale my ho máme v Brně. Je to stejný, jako když já jsem si teďko objednávala z Alzy do Alzaboxu, tak jsem platila dokonce třeba 50 korun, protože vím, že to tam někdo musí dovézt, někdo to balí atd. A my máme i docela velký procento těch balíčků, který lidi nechají ležet, dají si je na dobírku a pak si je nevyzvednou. Takže to jako si trochu stěžují, že 25 korun za osobní odběr, ale on to jakoby není žádný osobní odběr, ona je to normálně doprava.“

ZK: „Pokud byste to měla zhodnotit, řekla byste, že Vám ty samoobslužné automaty šetří čas?“

PA3: „Nám to ten čas šetří rozhodně, teď jsou tu ty automaty čtyři, teda jeden má teď teda výpadek menší, ale přesně jak jsem říkala, tady jakmile zákazníkovi vyjede lísteček, tak vzadu nám vyjíždí jakoby fronta těch lístečků a tam jsou třeba dvě, tři holky, většinou brigádnice, které to celé odbavují. A ten člověk, než se rozhlídne, dojde k tý pokladně, tak už hned má ten balíček. Kdyby to tady nebylo, tak máme velkou frontu zákazníků, která i odradí

spoustu lidí od toho, aby do té prodejny šli. Ale jak se to tu rozptýlí a ti lidi ví, že sem tam mrknou na tu obrazovku, aby si zkontrolovali číslo, tak nemusí stát v té frontě v podstatě.“

ZK: „A setkáváte se i s nějakými problémy s digitalizací?“

PA3: „Občas bývá problém s těmi cenovkami. To se nám teď stalo teda poprvé, když ty cenovky vypadly, tak se vlastně celý smazaly.“

ZK: „Všechny?“

PA3: „No, zhruba 80 %, takže já jsem třeba včera 6 hodin jenom nahazovala. To se pak musí vzít ten produkt, ta cenovka, naskenovat jeden čárový kód, naskenovat druhý čárový kód, propojovač a všechny takhle oživit. A pak je ještě problém, že oni mají jako periodu, každá ta cenovka, kdy asi 5 minut, kdy se vychyluje signál do centrály, kde zjišťují, jestli tam pro ně jsou nějaká nová data, pokud jo, tak si to ty cenovky rovnou stáhnou, takhle se aktualizují třeba nějaký ty ceny atd. A občas ta cenovka, když ji dojde baterka, nebo přestane fungovat, tak tam zůstane neaktuální ta cena. Takže zákazník pak přijde k pokladně, tam je už jiná cena, když je nižší, tak je to dobrý, když vyšší, tak je to problém. Takže nám tady vznikají takové problémy, že se na ty cenovky nedá úplně spolehnout, ale na druhou stranu, kdyby se psaly ručně, tak je tam zase ten faktor času, nebo se může i člověk splést, takže to je taková jejich nevýhoda, ale jinak totálně nám ušetřují čas.“

ZK: „Takže ty cenovky ovládáte a aktualizujete i vy?“

PA3: „Jasně, vždy když přijde nový produkt, tak musíme tu novou cenovku vyrobit, to chvíli zabere, ale potom už je to v podstatě bezúdržbový, pokud to funguje, jak má. Musí se to kontrolovat, v jakým je to stavu, občas to někdo shodí třeba.“

ZK: „Napadne vás třeba nějaká digitalizace z nějakých jiných prodejen, která by se sem hodila a mohla by napomoci k efektivnějšímu chodu prodejny?“

PA3: „To mně asi nic nenapadá.“

ZK: „A něco, co byste třeba změnila na tomhle systému?“

PA3: „No, spíš třeba kdyby byla možnost mít ještě jedno okýnko z toho skladu třeba.“

ZK: „Respektive, že by lidi nemuseli čekat na těch pokladnách, ale bylo by to zboží vydáváno bokem?“

PA3: „Jo, jo, jenže nám by to pak zase z toho profitu ubíralo určitě ty prodeje, protože my tam máme ještě věci na pokladně. Takže ve výsledku mi to přijde takhle dobrý asi.“

ZK: „A co se týče těch digitalizací? Nějaká změna, úprava, například u toho vyhledávání cen?“

PA3: „Jo, asi líp to označit, jak ty automaty, tak ty cenovky a AR. Teďko se na tom bude pracovat, protože ta prodejna se bude v létě rekonstruovat, aby právě byla celá přehlednější a

právě, když člověk vejde do té prodejny a hledá ty automaty, tak vlítne rovnou automaticky k těm pokladnám, takže občas přímo hned takhle metr od vchodu stojí už rovnou slečna, která je odlifrovává.“

ZK: „Pokud byste to měla shrnout, řekla byste, že ty digitální prvky efektivně podporují chod prodejny?“

PA3: „Určitě, za mě jo. Občas jsou lidi naštvaní, že když se něco pokazí, tak mají tendenci nadávat na ty technologie, bez nich by to tady ale bylo tak o dvě třetiny pomalejší a potřebovali bychom asi i víc zaměstnanců tím pádem. Nebo nějakého brigádníka, který by to obsluhoval a kontroloval, ty cenovky měnil.“

ROZHOVOR č.4 - Asistentka prodeje číslo 4

ZK: „Jak často si všímáte, že zákazníci využívají zmiňované digitalizace, popřípadě jaké nejčastěji?“

PA4: „Tak záleží jak které, ty automaty samozřejmě využívají nejčastěji, protože dle mého si sem většina zákazníků chodí vážně pro ty objednávky, co jsem za tu dobu tak vyzozorovala, to, jestli si pak něco na prodejně koupí, je už jen bonus. Takže ty automaty, pak logicky i ty tabule, na vyvolávání čísel, ty s tím souvisej, jinak třeba ty tablety, kterými si můžou vyhledat cenu, nebo vyzkoušet dekorativku, tak o tom moc neví.“

ZK: „A co QR kódy?“

PA4: „Toho jsem si nevšimla, že by zkoušeli, upřímně. Ono třeba ty, co jsou tady tak různě na regálech, ty jakoby samolepky, tak ty jsou třeba na to objednání do salónů a ty lidi to přesměruje do naší aplikace a přes tu se pak můžou objednat, takže tím, že se nejedná třeba o nějaký slevy, tak si osobně myslím, že to zas takový úspěch nemá, spíš je to doplnění té prodejny.“

ZK: „Nabízíte zákazníkům aktivně Notino mobilní aplikace?“

PA4: „To víte, že jo, buď my, ale pro nás to není až taková priorita, jako nabízet ten servis, radit, takže buď my, nebo hostesky.“

ZK: „Jaké bývají reakce zákazníků, kteří využijí digitalizace?“

PA4: „Tak většinou s tím tak nějak uměj zacházet, sem tam někdo neví, třeba dneska jsem tu měla starší paní, která šla něco vyzvednout, tak té jsem samozřejmě pomohla, ale i v těchto případech většinou fakt jako stačí je navést a oni už se pak chytí sami za chvíli. No, to se týká zase hlavně těch samoobslužných automatů, protože ty jsou tu fakt nevyužívanější no.“

ZK: „Setkáváte se i třeba s nějakými negativními reakcemi?“

PA4: „No, upřímně málokdy, spíš mi přijde, že většinou jsou s tím lidi docela spokojení, je to rychlý, nám to ten čas taky šetří hodně a je to rychlejší, než kdybychom zákazníky odbavovaly na pokladně, jak pro nás, tak pro ně. Jenom si občas třeba stěžují na ten systém, že musí stát dvě fronty, nebo často ty automaty jako takový hledají, tak to je vždy navedeme a už je dobře.“

ZK: „Ano, to s tím horším umístěním automatů tu už bylo párkrát zmíněno i před vámi, je za vás něco, co by pomohlo tento systém zefektivnit?“

PA4: „Asi by pomohla nějaká cedule, nebo nějaké označení, párkrát jsme se i bavily, že by bylo fajn je úplně přesunout někam, kde půjdou hned na první dobrou vidět, ale to si upřímně myslím, že by zas nemuselo vypadat esteticky tak pěkně. Nevím, teď nám to tu budou za pár

měsíců rekonstruovat, tak uvidíme, co s tím udělají, třeba to přesunou, nebo nějak líp označí.“

ZK: „Jak ovlivňují ty digitalizace vaši komunikaci se zákazníky? Například, že třeba neví, jak něco použít.“

PA4: „No, tak jak už jsem zmiňovala, tak občas neví, jak něco použít, jak ty automaty, tak se mě občas někdo zeptá i na ty tablety s cenovkami a zkoušením make-upu, ale většinou to úplně přehlížejí. Většinou jde fakt jen o ty automaty a výdej zboží, takže se nás buď zeptají, kde je můžou najít, nebo jestli jim to vysvětlíme, takže to je navedeme a většinou už pak ví.“

ZK: „Je něco, co by vám práci s těmi digitalizacemi usnadnilo?“

PA4: „No, tak fajn by bylo lepší označení těch displejů, protože u té dekorativní kosmetiky neustále lítat k pokladně a zjišťovat pro zákazníky co kolik stojí, když si to můžou stejně dobře najít sami, je dost často vyčerpávající, takže to bych nějak líp označila určitě, aby lidi věděli, že to tam vůbec je, to samý ty automaty.“

ZK: „Jak se stavíte k digitálním cenovkám, respektive ulehčují vám práci, nebo ji ztěžují?“

PA4: „Ty jsou skvělý, jako fakt si nedovedu představit, že bych tu měla měnit a nahazovat nové ceny manuálně na lístečky, to by trvalo hrozně dlouho, takhle se nám to automaticky páruje, sice třeba nový musíme samozřejmě založit my samy, ale jinak to ten čas rozhodně šetří.“

ZK: „Napadne vás třeba nějaká digitalizace z nějakých jiných prodejen, která by se sem hodila a mohla by napomoci k efektivnějšímu chodu prodejny?“

PA4: „Asi spíš ne.“

ZK: „Nehodily by se sem například zcela samoobslužné automaty? To teď jen vycházím z odpovědí zákazníků a z vlastní zkušenosti.“

PA4: „Jako, ono to zní hezky v teorii, ale v praxi by to asi nefungovalo, ono už takhle nám tu lidi dost kradou a ta představa, že k tomu musíme hlídat samoobslužný pokladny, tak to by bylo asi už moc no.“

ZK: „A plánuje se teď ze strany Notina nějaká novinka?“

PA4: „No, napadá mě asi jen, že se teď začaly testovat takový přístroje, který bychom měly mít u pasu, ty vlastně budou připojeny na e-shop a my tam budeme moct vyhledávat ty ceny například. To znamená, že pak nebudeme muset neustále běhat k té pokladně, když se nás někdo na něco zeptá, ať mu třeba vyhledáme cenu. To se ale zatím teprve testuje.“

ZK: „Pokud byste to měla shrnout, řekla byste, že ty digitální prvky efektivně podporují chod prodejny, nebo ne?“

PA4: „Určitě jo, šetří to čas nám i zákazníkům a myslím si, že spouště to i ten nákup zpříjemní, že si například můžou zaplatit balíček sami v klidu bez nás.“