

Přílohy

Příloha č. 1: Olympijská kolekce Alpine Pro ZOH Vancouver 2010



Zdroj: <http://strategie.e15.cz/zurnal/dalsi-cesky-vitez-olympiady-alpine-pro-409760/galerie?id=26774>

Příloha č. 2: Olympijská kolekce Alpine Pro LOH Londýn 2012



Zdroj: http://ekonomika.idnes.cz/foto.aspx?r=ekoakcie&c=A120730_100120_ekoakcie_neh&foto=JB44b8d2_649382.jpg

Příloha č. 3: Olympijský šátek a česká bikerka a silniční cyklistka Tereza Huříková






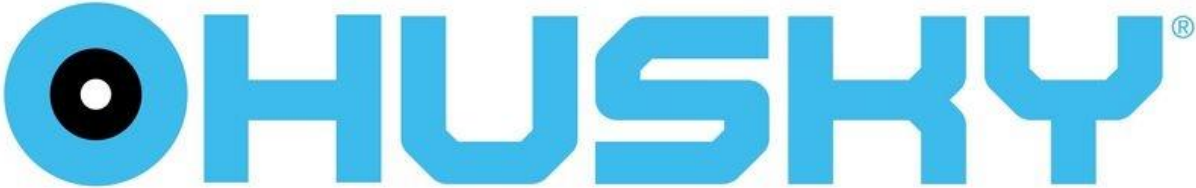

Zdroj: <http://sport.aktualne.cz/olympijske-dresy-inspirace-narodni-galerie-kupka/r~i:gallery:23529/r~i:photo:428267/>

Příloha č. 4: Olympijská kolekce ZOH Soči 2014



Zdroj: <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/ceska-olympijska-kolekce-jde-opet-na-dracku-1055892/galerie?id=167044>

Příloha č. 5: Loga vybraných konkurenčních značek

<p>Logo značky Hudy sport</p>  <p>Zdroj: http://www.logobox.cz/detail.aspx?id=97d4fe8f-4466-4ac7-9cc1-f4698fb18047</p>	<p>Logo značky The North Face</p>  <p>Zdroj: http://logonoid.com/images/the-north-face-logo.jpg</p>
<p>Logo značky Hannah</p>  <p>Zdroj: http://www.outdoorpruvodce.cz/wp-content/uploads/2014/10/logo.jpg</p>	
<p>Logo značky Husky</p>  <p>Zdroj: http://cs.euroclimbing.com/files/2012/05/husky_logo.jpg</p>	
<p>Logo značky Salomon</p>  <p>Zdroj: http://cutt.cz/wp-content/uploads/2015/04/salomon-logo.jpg</p>	

Příloha č. 6: Dotazník k bakalářské práci

1. Jaké značky si vybavíte, když se řekne „outdoorové oblečení“?
2. Pokud nakupujete outdoorové oblečení, je pro Vás důležitá značka?
 - značky pro mě nejsou v této oblasti důležité
 - mám jednu oblíbenou značku, kterou nakupuji často
 - značky střídám, nemám jednu vyhraněnou
 - Jiné:
3. Představte si, že jdete na výlet do přírody. Které značky outdoorového oblečení si pravděpodobně oblečete?
4. Které z těchto značek outdoorového oblečení znáte?
Alpine Pro/ Envy / Hannah / Loap / Husky / Moira / The North Face / Salomon /
Columbia / Jack Wolfskin / Nordblanc / Hudy/ Craft/ Woolrich / Alpisport / Ferrino /
Rock Horn / Jiné:
5. Znáte značku Alpine Pro? (*ano* → otázka č. 6, *ne* → otázka č. 19)
 - ano
 - ne
6. Jaké asociace se Vám vybaví, když se řekne Alpine Pro? (Mohou to být podstatná jména, přídavná jména, jakékoli charakteristiky, emoce)
7. Co se Vám na značce Alpine Pro nejvíc líbí? (*Vyberte pouze 1 možnost.*)
 - Design produktů
 - Kvalita produktů
 - Cena
 - Balení
 - Prodejny
 - Přístup zaměstnanců
 - Jiné:
8. Co se Vám na značce Alpine Pro naopak nejméně líbí? (*Vyberte pouze 1 možnost.*)
 - Design produktů

- Kvalita produktů
- Cena
- Balení
- Prodejny
- Přístup zaměstnanců
- Jiné:

9. Jak stylová Vám připadá značka Alpine Pro?

- škála (1= Stylová, 5 = Bez stylu)

10. Jak se Vám líbí vzhled produktů této značky vzhledem ke konkurenčním značkám?

- Škála (1 = nadprůměrně hezký design; 3 = průměrný design; 5 = podprůměrný design)

11. Jaké je Vaše hodnocení kvality produktů značky Alpine Pro?

- Škála (1 = kvalitní, 5 = nekvalitní)

12. Jaké je Vaše hodnocení ceny produktů značky Alpine Pro?

- Cena odpovídá kvalitě
- Cena je příliš vysoká vzhledem ke kvalitě produktů
- Cena je příliš nízká vzhledem ke kvalitě produktů
- Jiné:

13. Doporučili byste tuto značku dalším lidem?

- Určitě ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Určitě ne

14. Vybavíte si logo, které má značka Alpine Pro?

- Ano
- Ne

15. Pokud jste na předchozí otázku odpověděli "ano", zkuste logo vlastními slovy popsat.

16. Vybavíte si slogan značky Alpine Pro?

- Ano
- Ne

17. Pokud jste na předchozí otázku odpověděli "ano", zkuste logo vlastními slovy popsat.

18. Vybavíte si nějakou známou osobnost nebo událost, kterou firma Alpine Pro podporuje?

- Ano
- Ne

19. Pokud jste v předchozí otázce odpověděli "ano", napište, prosím, jakou známou osobnost nebo událost jste si ve spojení se značkou Alpine Pro vybavili?

20. Zakoupil/a jste už někdy nějaký produkt značky Alpine Pro?

- Ano, jeden produkt.
- Ano, více než jeden produkt.
- Ne.

21. Byl/a jste spokojen/a se zakoupeným produktem? A proč?

22. Pohlaví

- Žena
- Muž

23. Věková kategorie:

- 15 – 25 let
- 25 – 40 let
- 40 – 55 let
- 55 +

24. V jakém kraji bydlíte?

- Hlavní město Praha
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Karlovarský kraj
- Královéhradecký kraj
- Liberecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Olomoucký kraj

- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj
- Středočeský kraj
- Ústecký kraj
- Vysočina
- Zlínský kraj

Příloha č. 7: Plán výzkumu focus group č. 1

Karlova univerzita v Praze

Výzkum pro bakalářskou práci: Brand Audit jako nástroj identifikace současné pozice značky na trhu na příkladu značky Alpine Pro

Výzkum 1

Místo: Konferenční místnost MPSS, a.s. Adresa: Malé Valy 220/25, 288 02 Nymburk

Datum: 27.6.2015, 18:00–19:00

Focus Group č. 1: 8 osob, zastoupení rovnoměrně muži i ženy všech věkových kategorií

Cílová skupina: obyvatelé České republiky věkové kategorie 15+

Téma: Outdoorové oblečení a vnímání značky Alpine Pro

Cíl: Cílem výzkumného šetření je zjistit, jaký postoj dotazovaní zaujímají obecně k outdoorovému oblečení a jak velkou roli hraje při výběru outdoorového oblečení značka. Druhá část výzkumu je zaměřená na značku Alpine Pro. Cílem výzkumu je zjistit, jaké je v populaci povědomí o značce Alpine Pro, co si o ní respondenti myslí a jaký postoj k ní zaujímají. Dále je u dotazovaných zjišťována znalost loga, sloganu značky Alpine Pro a sportovních událostí, které Alpine Pro sponzoruje. V poslední části jsou účastníci focus groups vyzváni, aby zkusili navrhnout, v čem by se značka Alpine Pro mohla zlepšit, aby vynikla oproti konkurenčním značkám.

Struktura

5 minut: **přivítání všech účastníků a představení moderátora a dotazovaných**

(včetně poděkování za to, že se výzkumu účastní, seznámení je se základními pravidly výzkumu a jeho délkou, obecný úvod do tématu, aniž by byl prozrazen hlavní záměr výzkumu, důraz na anonymitu výzkumu)

5 minut: **obecné otázky**

„Jaký máte vztah ke sportu?“

„Jaké jsou vaše oblíbené sporty?“

„Jak často chodíte na výlety do přírody?“

10 minut: otázky zaměřené na outdoorové oblečení

„Co si myslíte o outdoorovém oblečení?“

„Co u vás hraje při výběru outdoorového oblečení roli?“

„Co jste si naposledy v kategorii outdoorového oblečení koupili?“

10 minut: otázky zaměřené na značky outdoorového oblečení

„Je pro vás v kategorii outdoorového oblečení důležitá značka?“

„Jaké jsou vaše oblíbené značky outdoorového oblečení?“

10 minut: otázky zaměřené na značku Alpine Pro

„Znáte značku Alpine Pro? Pokud ano, co si o ní myslíte?“

„Jak byste zhodnotili jednotlivé aspekty značky Alpine Pro (cenu, kvalitu, design produktů)?“

10 minut: otázky zaměřené na logo a slogan značky Alpine Pro a na sportovní akce podporované touto značkou

„Znáte logo značky Alpine Pro? Pokud ano, popište jej.“

„Znáte slogan značky Alpine Pro? Pokud ano, popište jej.“

„Vybavíte si nějakou událost, kterou Alpine Pro podporuje?“

5 minut: návrhy na zlepšení značky Alpine Pro

„V čem by značka Alpine Pro mohla být lepší, aby vynikla oproti konkurenčním značkám?“

5 minut: rozloučení se s účastníky, prostor na dotazy

Příloha č. 8: Plán výzkumu focus group č. 2

Karlova univerzita v Praze

Výzkum pro bakalářskou práci: Brand Audit jako nástroj identifikace současné pozice značky na trhu na příkladu značky Alpine Pro

Výzkum 2

Místo: Konferenční místnost MPSS, a.s. Adresa: Malé Valy 220/25, 288 02 Nymburk

Datum: 10.7.2015, 19:00–20:00

Focus Group č. 1: 8 osob, zastoupení rovnoměrně muži i ženy všech věkových kategorií

Cílová skupina: obyvatelé České republiky věkové kategorie 15+

Téma: Outdoorové oblečení a vnímání značky Alpine Pro

Cíl: Cílem výzkumného šetření je zjistit, jaký postoj dotazovaní zaujímají obecně k outdoorovému oblečení a jak velkou roli hraje při výběru outdoorového oblečení značka. Druhá část výzkumu je zaměřená na značku Alpine Pro. Cílem výzkumu je zjistit, jaké je v populaci povědomí o značce Alpine Pro, co si o ní respondenti myslí a jaký postoj k ní zaujímají. Dále je u dotazovaných zjišťována znalost loga, sloganu značky Alpine Pro a sportovních událostí, které Alpine Pro sponzoruje. V poslední části jsou účastníci focus groups vyzváni, aby zkusili navrhnout, v čem by se značka Alpine Pro mohla zlepšit, aby vynikla oproti konkurenčním značkám.

Struktura

- 5 minut:** **přivítání všech účastníků a představení moderátora a dotazovaných**
(včetně poděkování za to, že se výzkumu účastní, seznámení je se základními pravidly výzkumu a jeho délkou, obecný úvod do tématu, aniž by byl prozrazen hlavní záměr výzkumu, důraz na anonymitu výzkumu)
- 5 minut:** **obecné otázky**
*„Jaký máte vztah ke sportu?“
„Jaké jsou vaše oblíbené sporty?“
„Jak často chodíte na výlety do přírody?“*
- 10 minut:** **otázky zaměřené na outdoorové oblečení**
*„Co si myslíte o outdoorovém oblečení?“
„Co u vás hraje při výběru outdoorového oblečení roli?“
„Co jste si naposledy v kategorii outdoorového oblečení koupili?“*
- 10 minut:** **otázky zaměřené na značky outdoorového oblečení**
*„Je pro vás v kategorii outdoorového oblečení důležitá značka?“
„Jaké jsou vaše oblíbené značky outdoorového oblečení?“*
- 10 minut:** **otázky zaměřené na značku Alpine Pro**
*„Znáte značku Alpine Pro? Pokud ano, co si o ní myslíte?“
„Jak byste zhodnotili jednotlivé aspekty značky Alpine Pro (cenu, kvalitu, design produktů)?“*
- 10 minut:** **otázky zaměřené na logo a slogan značky Alpine Pro a na sportovní akce podporované touto značkou**
*„Znáte logo značky Alpine Pro? Pokud ano, popište jej.“
„Znáte slogan značky Alpine Pro? Pokud ano, popište jej.“
„Vybavíte si nějakou událost, kterou Alpine Pro podporuje?“*

5 minut: návrhy na zlepšení značky Alpine Pro

„V čem by značka Alpine Pro mohla být lepší, aby vynikla oproti konkurenčním značkám?“

5 minut: rozloučení se s účastníky, prostor na dotazy