

Marketingový výzkum spokojenosti diváků při domácích zápasech FC Hradec Králové



1) Kolik domácích zápasů FC Hradec Králové jste navštívil/a během sezony 2015/2016 a 2016/2017?

- žádný 1 - 5 6 - 10 více než 10

2) Jaké je Vaše pohlaví?

- muž žena

3) Jaký je Váš věk?

- do 15 let 16 - 25 let 26 - 35 let 36 - 45 let 46 - 55 let více než 55 let

4) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní středoškolské bez maturity středoškolské s maturitou vyšší odborné vysokoškolské

5) Seřad'te jednotlivé faktory na stupnici od 1 do 10 podle toho, jak jsou pro Vás důležité při rozhodování o návštěvě domácích zápasů FC Hradec Králové. (1 – nejdůležitější, 10 - nejméně důležitý)

atraktivní soupeř výsledky týmu fandím domácímu týmu když jdou kamarádi bezpečnost

doprovodný program atmosféra na stadionu čistota stadionu dobré pivo a klobásy sociální zázemí

6) Jak jste spokojen/a s bezpečností na Všesportovním stadionu? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

- činnost pořadatelské služby bezpečnostní prohlídky při vstupu na stadion pocit bezpečí
- 1 – 2 – 3 – 4 – 5 1 – 2 – 3 – 4 – 5 1 – 2 – 3 – 4 – 5

7) Jak jste spokojen/a s organizací během domácích zápasů FC Hradec Králové? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

- počet otevřených pokladen rychlost vstupu na stadion rychlost odchodu ze stadionu

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

8) Jaká je Vaše spokojenost s prostředím na Všesportovním stadionu? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

celkové prostředí stadionu

1 – 2 – 3 – 4 – 5

čistota stadionu

1 – 2 – 3 – 4 – 5

čistota sociálních zařízení

1 – 2 – 3 – 4 – 5

počet sociálních zařízení

1 – 2 – 3 – 4 – 5

čistota sedadel

1 – 2 – 3 – 4 – 5

komfort sedadel

1 – 2 – 3 – 4 – 5

8a) Pokud jste u parametru „celkové prostředí stadionu“ a parametru „komfort sedadel“ uvedl/a horší hodnocení než 2, napište prosím, s čím konkrétně jste nejvíc nespokojen/a nebo co Vám zde chybí.

9) Vadí Vám, že si nemůžete koupit vstupenku na konkrétní místo na stadionu?

ano

spíše ano

spíše ne

ne

10) Jak jste spokojen/a s občertvením nabízeným na stadionu? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

širší sortimentu

kvalita občerstvení

cena občerstvení

počet stánků s občertvením

rychlost

obsluhy

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 –

4 – 5

10a) Pokud jste u nějakého z parametrů v předchozí otázce uvedl/a horší hodnocení než 2, napište prosím, s čím konkrétně jste nejvíc nespokojen/a nebo co Vám zde chybí.

11) Jaká je Vaše spokojenost s doprovodnými aktivitami? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

před zápasem

1 – 2 – 3 – 4 – 5

o poločasové přestávce

1 – 2 – 3 – 4 – 5

12) Jaké doprovodné aktivity byste na domácích zápasech FC Hradec Králové uvítal/a?

13) Jak jste spokojen/a s nabídkou klubových suvenýrů? (1 – velmi spokojen/a, 5 – velmi nespokojen/a)

šíře nabízeného sortimentu kvalita cena počet stánků během zápasů

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

1 – 2 – 3 – 4 – 5

14) Jste držitelem permanentní vstupenky nebo si kupujete vstupenky na jednotlivé zápasy?

jsem držitelem permanentní vstupenky kupuji si vstupenky na jednotlivé zápasy

15) Seřadte jednotlivé benefity na stupnici od 1 do 10, podle toho jak by Vás motivovaly k zakoupení permanentní vstupenky na příští sezonu. (1 – největší motivace, 10 – nejmenší motivace) Na linku zároveň můžete napsat i další benefity, které by Vás motivovaly.

úspora finančních prostředků losování o speciální ceny 20% sleva na nápoj a jídlo (2+1)

možnost účastnit se speciálních setkání s hráči vstup zdarma na MOL Cup slevy u partnerů klubu

nemusím čekat fronty u pokladen každý zápas mám jisté místo na stadionu chci podpořit svůj klub

možnost zakoupit permanentní vstupenku na další sezonu s 10% slevou

jiné _____

16) Dokázal/a byste vyjmenovat 3 partnery FC Hradec Králové, které nejvýrazněji vnímáte?

16a) Jak zmíněné partnery vnímáte? (Svou odpověď prosím zdůvodněte)

pozitivně _____

negativně _____

17) Vadí Vám v současné době obecně u fotbalových klubů velké množství reklamy na dresech?

ano

spíše ano

spíše ne

ne

18) Jakým způsobem vnímáte reklamní LED mantinely podél hřiště na fotbalových stadionech?

pozitivně

negativně

spíše je nevnímám

19) Vnímá/a byste pozitivně, kdyby byla v budoucnosti na stadionu moderní velkoplošná obrazovka?

ano

ne

je mi to jedno

Příloha č. 2: nátěr lavic



Příloha č. 3: nátěr spodní části střechy



Příloha č. 4: nátěr zábradlí a oprava billboardů



Příloha č. 5: oprava uvolněných částí zábradlí a jejich nátěr



Příloha č. 6: místo pro pódium



Příloha č. 7: místo pro 3 slackline



Příloha č. 8: Fotbalová klec pro hru 1 na 1



Zdroj: www.fotbaltrend – gabriel.cz

Příloha č. 9: Fotbalpool



Zdroj: www.isport.cz

Příloha č. 10: Fotbalová penalta



Zdroj: www.rummennige.de

Příloha č. 11: hlavní prostor pro Fanzone Votroků (pohled od hlavního vstupu na stadion)



Příloha č. 12: Fotbalová pyramida



Zdroj: www.fotbaltrend – gabriel.cz

Příloha č. 13: Fotbalový koš



Zdroj: www.fotbaltrend – gabriel.cz

Příloha č. 14: popis soutěže s partnerem klubu Rádiem Černá Hora

Každý fanoušek při příchodu do Fanzone obdrží kartičku se symboly jednotlivých stanovišť, u kterých bude muset splnit konkrétní dovednostní soutěž. Symboly a kritéria dovednostních soutěží jsou následující:

- **Žonglující panáček s míčem** – u stánku partnera klubu firmy Jako musí soutěžící udělat 20 „panenek“, aniž by mu míč spadl na zem.
- **Panáček střílející na branku** – soutěžící se musí ze tří pokusů trefit alespoň jednou ze vzdálenosti 7 m do libovolného otvoru ve fotbalové bráně.
- **Symbol Fotbalové pyramidy** – soutěžící se musí trefit do koše na vrcholu pyramidy a to dvěma způsoby. Jednou přes rampu vedoucí ke koši a podruhé obloučkem (nohou nebo hlavou) po nahození míče na pružnou stěnu pyramidy. Celkem na to má deset pokusů.

- **Symbol Fotbalového koše** – soutěžící si musí rukou nadhodit míč a trefit se hlavou do koše.

Po úspěšně splněné dovednostní soutěži pomocný personál rozmístěný u každého stanoviště procvakne kleštičkami soutěžícímu symbol s daným stanovištěm. Soutěžící mají libovolný počet pokusů na splnění každého stanoviště. Soutěž se uzavírá začátkem zápasu. Všichni, kteří do začátku zápasu odevzdají kartičky se všemi procvaknutými symboly, jdou do slosování. Během prvního poločasu moderátor vyhlásí pět vylosovaných soutěžících, kteří se o poločasové přestávce přímo na hřišti utkají o dvě vstupenky (každá bude pro dva) na vybraný hudební koncert a dárkový poukaz v hodnotě 2 000 Kč na nákup zboží ve Fanshopu. Poražení ve finálovém souboji obdrží upomínkové předměty z klubového Fanshopu.

Vyvrcholení soutěže bude následující. Každý soutěžící bude mít 5 pokusů, aby z hranice pokutového území trefil břevno branky. Vyhrávají dva s největším počtem zásahů. Při shodném počtu zásahů bude následovat rozstřel formou tzv. „náhlé smrti“ po jednom pokusu.

Příloha č. 15: vybraní zpěváci a hudební skupiny + jejich honoráře

Tabulka 1: vybraní čeští zpěváci a hudební skupiny + jejich honoráře

Hosté programu - live vystoupení	
Michal DAVID	180.000,- Kč
Pavol HABERA	150.000,- Kč
Miroslav ŽBIRKA	140.000,- Kč
Petr KOLÁŘ	120.000,- Kč
Janek LEDECKÝ & trio	77.000,- Kč
Kamil STŘIHAVKA	77.000,- Kč
Martin CHODÚR	75.000,- Kč
Monika ABSOLONOVÁ	60.000,- Kč
Tereza KERNDLOVÁ	45.000,- Kč
Dalibor JANDA	44.000,- Kč
Zuzana NORISOVÁ	38.000,- Kč
DASHA	33.000,- Kč
Roman VOJTEK	33.000,- Kč
Hudební skupiny	
OLYMPIC	360.000,- Kč
MONKEY BUSINESS	295.000,- Kč
SUPPORT LESBIENS	290.000,- Kč
KRYŠTOF	250.000,- Kč
CHINASKI	250.000,- Kč
MIG 21	230.000,- Kč
NO NAME	180.000,- Kč
ŽLUTÝ PES	90.000,- Kč
TĚŽKEJ POKONDR	77.000,- Kč
Roman VOJTEK & Fantastic 80	55.000,- Kč
QUEEN Revival	55.000,- Kč
The BEATLES Revival Band	36.000,- Kč
ABBA STARS	33.000,- Kč

Zdroj: www.ambassador.cz