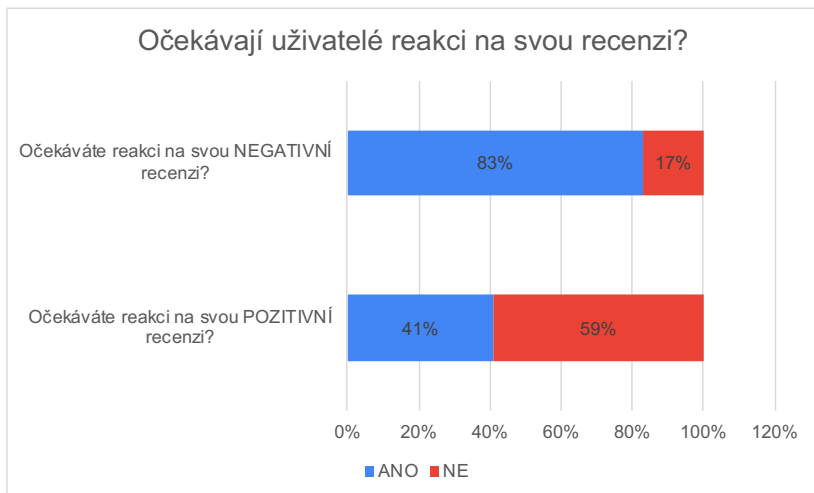
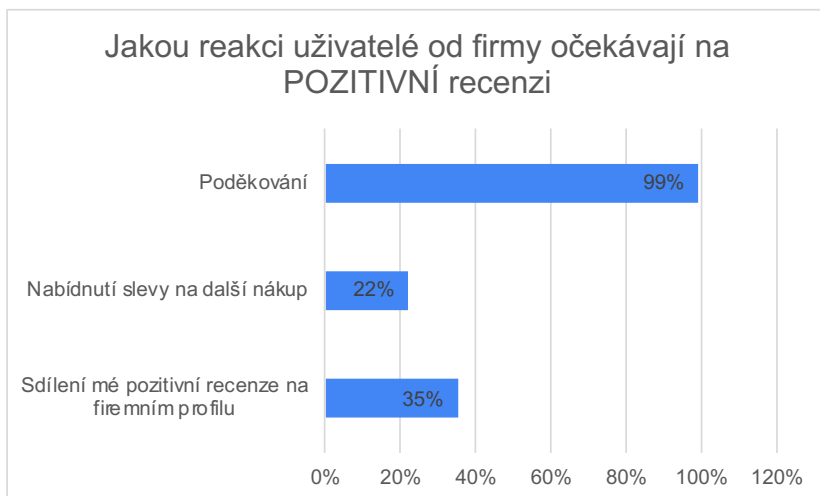


Seznam příloh

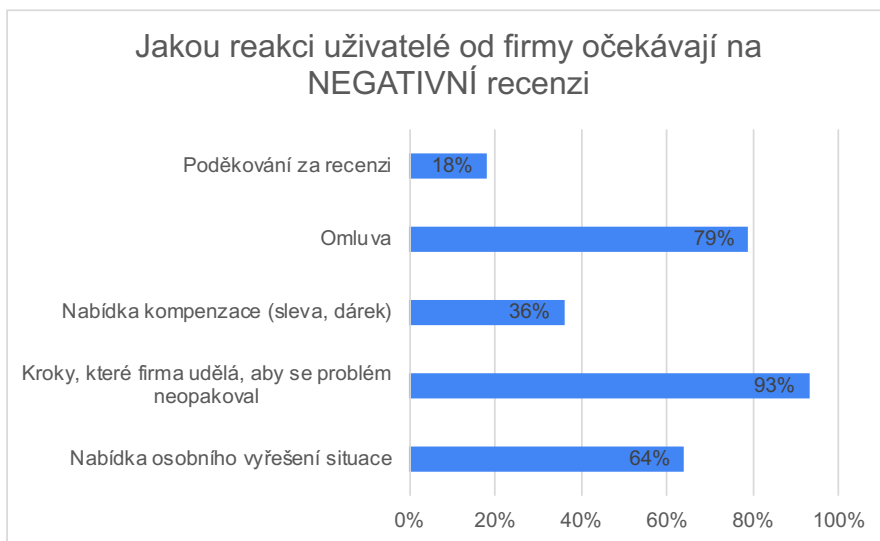
Příloha 1: Graf – Očekávají uživatelé reakci na svou recenzi?



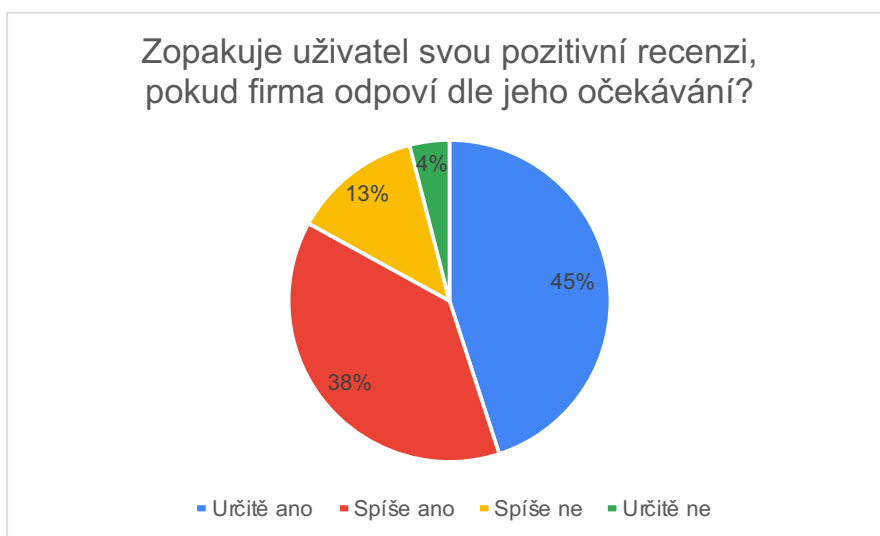
Příloha 2: Graf – Jakou reakci uživatelé od firmy očekávají na pozitivní recenzi



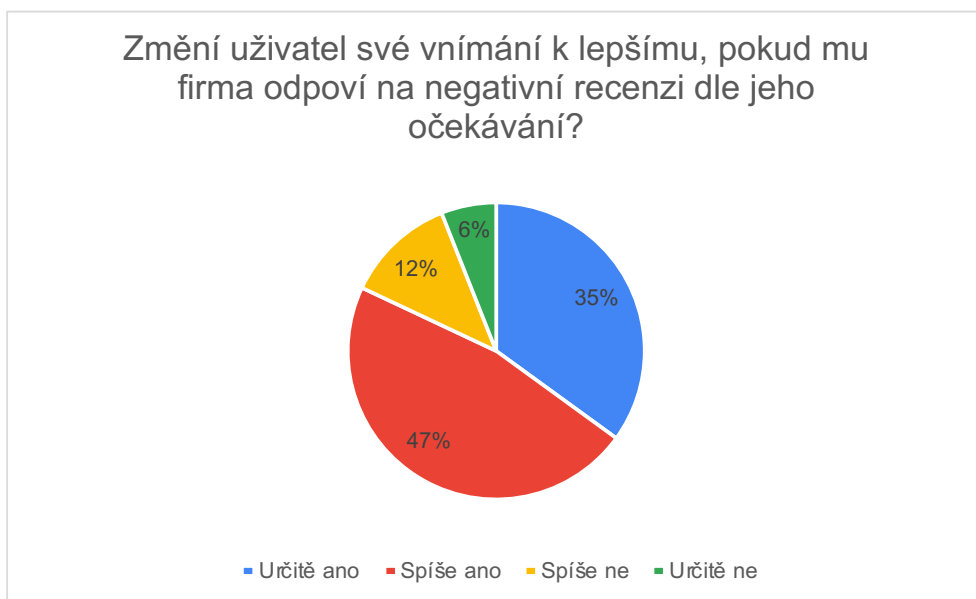
Příloha 3: Graf – Jakou reakci uživatelé od firmy očekávají na negativní recenzi



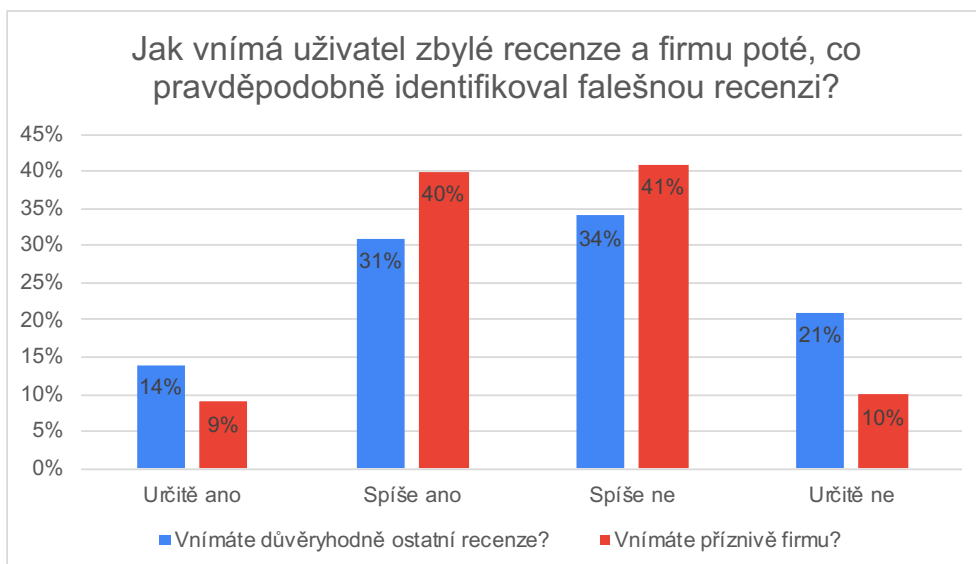
Příloha 4: Graf – Zopakuje uživatel svou pozitivní recenzi, pokud firma odpoví dle jeho očekávání?



Příloha 5: Graf – Změní uživatel své vnímání k lepšímu, pokud mu firma odpoví na negativní recenzi dle jeho očekávání?



Příloha 6: Graf – Jak vnímá uživatel zbylé recenze a firmu poté, co pravděpodobně identifikoval falešnou recenzi?



Vliv online hodnocení a technik ORM na vnímání firem

Úvodní část: Tento dotazník slouží k zodpovězení výzkumných otázek a ověření hypotéz závěrečné práce týkající se online reputation managementu firem (ORM). Vyplnění tohoto dotazníku je anonymní a Vaše osobní data nejsou nijak ukládána pro další použití. Prosím o vyplnění dle vašeho aktuálně platného stavu.

V dotazníku jsou nejprve otázky segmentační, dále je otázka filtrační, a pak se přistupuje k hlavní části. Většina otázek je větvených, abyste nemuseli vyplňovat otázky, které se Vás netýkají. Vyplnění dotazníku vám zabere přibližně 5 minut.

Hlavní část:

Segmentační otázky:

- 1) Jaké je vaše pohlaví?
- 2) Jaký je váš věk?
- 3) Jak velké je vaše bydliště (podle počtu obyvatel)?
- 4) V jakém odvětví je vaše profese?

Filtrační otázka:

- 5) Jak často vyhledáváte online recenze na firmy?
- 6) Z jakého důvodu recenze nevyhledáváte?

Hlavní část otázek:

- 7) Jaký zdroj informací o firmě je pro vás nejdůvěryhodnější?
- 8) Při jaké příležitosti vyhledáváte recenze?
 - 9) Z jakého důvodu vyhledáváte reakce firem na recenze?
- 10) Při kolika neaktuálnějších pozitivních recenzích začnete vnímat firmu pozitivně?
- 11) Kolik minimálně hvězd musí firma v hodnocení mít, abyste o ní smýšlel/a pozitivně?
- 12) Pokud má firma méně hvězd, než je vaše stanovené minimum, nakoupíte přesto u firmy?
- 13) Vnímáte firmu nadále pozitivně, když máte dobrou zkušenost, ale recenze jsou negativní?
- 14) Čtete reakce firem na pozitivní recenze?

- 15) Co vás u pozitivní recenze nejvíce přiměje k pozitivnímu vnímání firmy?
- 16) Při kolika nejaktuálnějších negativních recenzích začnete vnímat firmu negativně?
- 17) Vnímáte firmu nadále negativně, když máte špatnou zkušenost, ale recenze jsou pozitivní?
- 18) Co vás u negativní recenze nejvíce přiměje k negativnímu vnímání firmy?
- 19) Čtete reakce firem na negativní recenze?
- 20) Jaký způsob výzvy k zanechání recenze vás nejvíce přesvědčí?
- 21) Už vás někdy firma požádala o zanechání recenze?
 - 22) Jaký způsob využila?
 - 23) Nabídla vám za to kompenzaci?
 - 24) Napsal/a jste nakonec recenzi?
- 25) Narazil/a jste na recenzi u firmy, u které jste si říkal/a, že si ji pravděpodobně firma napsala sama? (fake review)
 - 26) Co vás k tomuto domnění přimělo?
 - 27) Zdály se vám po tomto zjištění ostatní recenze důvěryhodné?
 - 28) Přiměla vás tato domněnka k negativnímu vnímání firmy?
- 29) Očekáváte v případě vaší pozitivní recenze odpověď od firmy?
 - 30) Co by mělo být obsahem reakce?
 - 31) Pokud firma zareaguje dle vašeho očekávání, je to důvod k tomu, abyste zopakoval/a pozitivní recenzi příště znovu?
- 32) Očekáváte v případě vaší negativní recenze odpověď od firmy?
 - 33) Co by mělo být obsahem reakce?
 - 34) Pokud firma zareaguje dle vašeho očekávání, je to důvod k tomu, abyste zlepšil/a své vnímání o firmě?

Závěrečná část: Děkuji za vyplnění dotazníku.