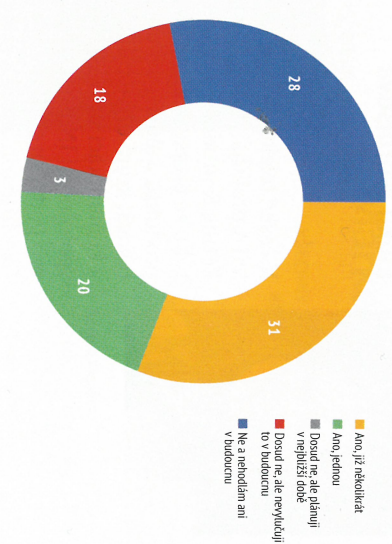


Finanční poradenství již využila polovina

Absolvoval/a jste někdy schůzku s finančním poradcem/poradkyní mimo vaši hlavní banku?
n = 510 (hodnoty v %)



Zhruba polovina (51 %) internetově populace již využila nezávislé finanční poradenství. Častěji jde o střední věkové kategorie (30–44 let) a vysokoškolsky vzdělané lidi. Téměř každý druhý ze současných uživatelů hodlá vyhledat finančního poradce znovu i v budoucnu. Typické je spíš využití stejného poradce opakovaně než jejich střídání. Více než čtvrtina (28 %) respondentů tuto službu zcela odmítá. Předmětem poradenství je nejčastěji

rozhodnutí potenciálního klienta (44 %). V obou případech ale hraje důležitou roli doporučení známé osoby, která již schůzku absolvovala. Ve výsledku je většina se službami poradce spokojena (66 %). Oceňována je profesoionalita, odborné řešení problémů a lidský přístup. Nespokojení pak kritizují nepřítls vhodné chování a nekompetentnost.

Český národní panel je projekt výzkumných agentur STEM/MARK, NMS Market Research a Nielsen Atmosphere, které společně vytvořily jeden z největších výzkumných panelů v Česku. Slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci ČR.
Víc informací na www.cesky narodni panel.cz.

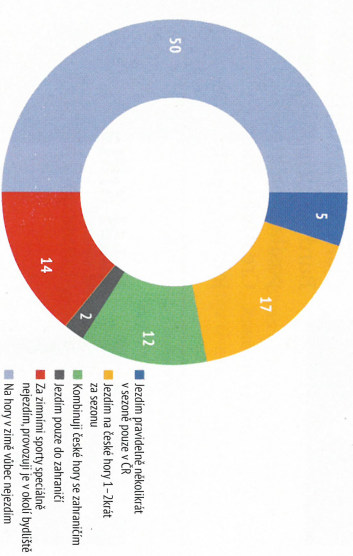
zdroj: ČMÚ prosinec 2016

SNAPSHOTS

Když zimní sport, tak na sjezdovce

Zima a zimní radovánky jsou v plném proudu. Které zimní sporty provozuje česká on-line populace? Jezdí v zimě za zimními sporty na hory? Jezdí lidé více do zahraničí, nebo spíše zůstávají v ČR? Z dotazování, které proběhlo koncem roku 2016, vyplynulo, že přibližně třetina lidí vyrazí za zimními sporty na hory, dalších 14 % lidí provozuje nějaký zimní sport jen v okolí svého bydliště a zbytek

v oblíbené lidé z Prahy, Středočeského, Královéhradeckého a Pardubického kraje. Beskydy preferují lidé ze Zlínského a Moravskoslezského kraje a Šumavu především lidé z Jihočeského kraje.



Snapshots je unikátní on-line systém k rychlému získávání aktuálních informací z trhu. Data jsou získována pravidelně každý měsíc na reprezentativním panelu internetové populace ČR na vzorku 500 lidí ve věku 18–60 let. V případě zájmu o bližší informace napište na research@omniconmediagroup.com.

Zdroj: ČMÚ Research Snapshots 2016

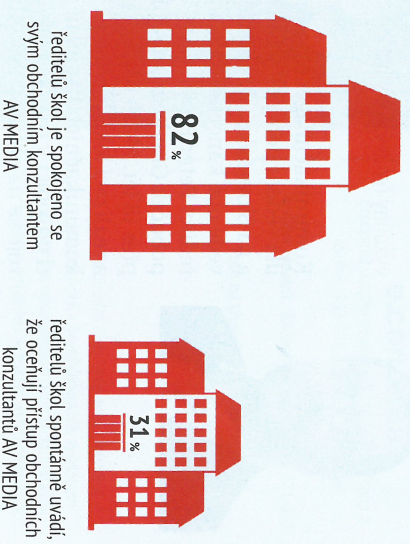
IPSOS OČIMA IPSOSU

Bez lidí to nejde, ani když dodáváte techniku

Zákaznickou zkušenost ovlivňuje mnoho faktorů, ať je to účet bez poplatků v bance nebo naopak nedostatečný výběr sortimentu v supermarketu. Ale vždy ji mohou ovlivnit, pozitivně i negativně, zaměstnanci firmy, se kterými se zákazník setkává.

A jak je tomu u dodavatelů audiovizuální techniky? I v tomto oboru platí, že zákazníci dokážou ocenit své obchodní konzultanty. Samozřejmě by to nešlo bez kvalitních technologií, ale ty samotné

dlouhodobý vztah se zákazníkem nevybudují, jak uvádí Tomáš Přáda, marketingový ředitel společnosti AV MEDIA: „Naši zákazníci například z řad ředitelů škol nejvíce oceňují právě obchodní konzultanty, kteří se o ně starají. A to nejen díky profesionálnímu přístupu, ale čím dál častěji si uvědomují, že jim přínášejí něco nového, jako jsou například informace o novinkách, ke kterým by se sami nedostali.“ A i když obchodní konzultanti jsou hlavní tváří společnosti, tak



V případě zájmu o další informace pište na adresu adela.sykorova@ipsos.com
Zdroj: Výzkumy spokojenosti zákazníků AV MEDIA, které realizovala agentura Ipsos v roce 2015 a 2016.

Zdroj: Ipsos, výzkum spokojenosti zákazníků AV MEDIA, květen 2016, n = 215.