**Příloha č. 2: Vyhodnocení dopadu kreativního voucheru na podnikatelskou činnost žadatele z krátkodobého i dlouhodobého hlediska**

**VAŠE HODNOCENÍ – NAŠE ZPĚTNÁ VAZBA
Děkujeme!**

Věnujte prosím chvilku času vyplnění našeho dotazníku. Přispějete tím k dalšímu rozvoji a vyšší kvalitě podpory malých a středních podnikatelů v oblasti kreativních služeb.

Dotazník je povinnou přílohou monitorovací zprávy.

 **OTÁZKY K NAŠÍ ORIENTACI**

**OKRUH 1:**

**VY a PROJEKT KREATIVNÍ VOUCHER**

**1 / Žádali jste o KREATIVNÍ VOUCHER. Jaká je vaše dosavadní zkušenost? Jakou známku – jako ve škole – byste do této chvíle dali svému celkovému dojmu z projektu?
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5**

**Můžete prosím v případě negativního hodnocení uvést konkrétní důvod/y své nespokojenosti (i heslovitě)?**

**…................................................................................................................................................................

…................................................................................................................................................................**

**2/ Jak jste se o dotačním programu KREATIVNÍ VOUCHER dozvěděl/a?**☐ z médií ☐ ze sociálních sítí ☐ ze speciálních podnikatelských webů
☐ ze stránek MK ČR ☐ z e-mailu, který mi přišel ☐ od zaměstnanců
☐ od přátel a známých

**Pokud jinak, uveďte prosím, jak, z jakého zdroje:**
…................................................................................................................................................................

…................................................................................................................................................................

…................................................................................................................................................................

**3 / Proces žádání/přidělování/vyřizování KREATIVNÍHO VOUCHERU vám připadá:**

☐ snadný ☐ složitý ☐ rychlý ☐ optimální ☐ zdlouhavý

**Máte-li k procesu konkrétní připomínky, uveďte je prosím:

…................................................................................................................................................................**

 **…................................................................................................................................................................**

 **4 / Výši příspěvku považujete za:**☐ naprosto optimální ☐ relativně dostatečnou ☐ nedostatečnou

 **5 / Bude-li možnost, požádáte o další KREATIVNÍ VOUCHER? Šli byste do toho znovu?**☐ ANO ☐ spíš ANO ☐ spíš NE ☐ NE

**Pokud jste zvolili SPÍŠ NE nebo NE, uveďte prosím důvod:

…................................................................................................................................................................**

**6 / Pociťujete již v tuto chvíli přínos Kreativního voucheru pro vaše podnikání?**☐ ANO ☐ spíš ANO ☐ spíš NE ☐ zatím NE

**Pokud jste zvolili ANO nebo SPÍŠ ANO, uveďte, prosím, v jaké oblasti (*př. prezentace firmy/služeb, zvýšená poptávka, pozitivní zpětná vazba od klientů apod.*):

…................................................................................................................................................................**

 **…................................................................................................................................................................**

 **7 / V GALERII KREATIVCŮ byste uvítali doplnění:**

☐ přímých odkazů / linků / prokliků na portfolia
☐ na prokliknutí reference / recenze / vyjádření spokojenosti, příp. nespokojenosti klientů
☐ sofistikovanějšího filtrování podle většího počtu kritérii, např:
 ☐ podle krajů ☐ podle cenového rozmezí (hodinové sazby ap).
 ☐ podle profesních specializací ☐ unikátních až raritních dovedností, možností apod.

Není-li v možnostech, uveďte filtr, který byste uvítali:

**…................................................................................................................................................................**

 **…................................................................................................................................................................**

**OKRUH 2:**

**VY a KREATIVCI**

**1/ Kreativce jste vybírali na základě** (zaškrtněte i vícero možností)**:**
☐ předchozí dobré osobní zkušenosti
☐ doporučení přátel/známých
☐ referencí bývalých klientů kreativce/ců
☐ prací v portfoliu
☐ blízkosti jeho působiště/bydliště
☐ cenové nabídky
☐ komplexnosti jím poskytovaných služeb
☐ úzké specializace jeho služeb

**2** / **Zaškrtněte do které/ých z níže uvedených oblastí spadal váš projekt:**

☐ MARKETING – KREATIVNÍ STRATEGIE A ŘEŠENÍ

Brand building: dlouhodobá komunikační kreativní strategie, kampaňové strategie (image + taktika), online strategie,…

☐ AUDIOVIZE (OBRAZ A ZVUK) VČETNĚ ONLINU

**Videa** (spoty, animace, viraly, příspěvky na soc. sítě, how-to návody) / **zvukové záznamy** (znělky, rozhlasové spoty, podcasty, hudba, …) / **multimediální prezentace** (pro klienty, na eventy, performance, happeningy, festivaly, …) / **postprodukční služby** (střih, ozvučení, vizuální efekty, obrazové retuše, …)

☐ GRAFICKÝ DESIGN
**Vizuální identita firmy, jednotlivých brandů** (logo, logomanuál, písmo, barevnost, grafické řešení výstupů, maskoti, …) / t**iskoviny** (obaly, letáky, billboardy, citylighty, navigační cedule, propagační brožury, …) / **fotografie a ilustrace**
☐ PRODUKTOVÝ, PRŮMYSLOVÝ, MÓDNÍ DESIGN
Vzhled produktů, merchandising, firemní oděvy, …

☐ ARCHITEKTONICKÝ DESIGN
**Exteriérový** (vnější úpravy provozovny/ pobočky/sídla firmy a jejich nejbližšího okolí) / **interiérový** (vnitřní řešení provozovny/pobočky/sídla firmy, a to včetně nábytku, barevnosti a podobně) / **podpora v místech prodeje** (architektonické prvky sloužící zejména v prodejnách k podpoře prodeje) / e**xpozice, veletrhy** (architektonické řešení prezentací na eventech, veletrzích, road promech, ...)

☐ TEXT (slovo) – copywriting (včetně ONLINU)
**Reklama:** slogany, voice overy, popisy produktů a služeb, scénáře, brožury, návody, … / **PR:** propagační články, texty mediálních vstupů, … / **online**: textace webových stránek, bannerů, postů, …

☐ ONLINE – DIGI

Tvorba webových stránek (content, UX a UI design, kódování, SEO, face lift…) / e-shopy / aplikace (mobilní i na PC, trvalé i příležitostné) / gamesy, videohry / bannery (statické i dynamické), PPC reklama, …

**☐** SOCIÁLNÍ MÉDIA – SoMe

Komunikace na sociálních sítích (posty na FB, Instagram, Twitter, TikTok, …) / reklama na sociálních sítích, …

☐ SHOW
Eventy, živé prodejní/prezentační show, happpeningy, performance, scénická představení, moderace akcí, …

☐ JINÉ
Uveďte, o co šlo: …………………………………………………………………………………………

**3/** **Plánujete se zvoleným (nebo jiným) kreativcem další spolupráci i bez kreativního voucheru?**☐ ANO ☐ SPÍŠ ANO ☐ SPÍŠ NE ☐ NE, v žádném případě
☐ MOŽNÁ, nikdy neříkej nikdy

 **ZNÁMKOVACÍ OTÁZKY**

Aby mohly být naše dotační tituly maximálně přínosné, vouchery adresnější a zvyšující vaši ziskovost, potřebujeme vaši zpětnou vazbu, hodnocení, evaluation, oznámkování kreativce.

Známkujte jako ve škole přibližně podle následující stupnice.

1 – nadmíru spokojen
2 – velmi spokojen
3 – spokojen
4 – méně spokojen
5 – nespokojen

Vyloučeno není ani slovní hodnocení, pokud byste cítili jeho potřebu nebo se chtěli rozpovídat.

**4 / Jak hodnotíte spolupráci se zvoleným kreativcem/kreativci?**

a) rychlost komunikace: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

b) ochota k diskusím: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

 c) hbitost pochopení vašich záměrů: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

d) zanášení úprav a korekcí: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

 e) dodržení zadání: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

 f) dodržování harmonogramu prací, termínů: ☐ 1 ☐ 2 ☐3 ☐ 4 ☐ 5

**5 / Jak jste byli spokojeni s kreativitou, tedy s NÁPADEM/IDEOU, kterou kreativec pro vaši zakázku vytvořil?**
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

**6 / Jak jste byli spokojeni s REALIZACÍ/PROVEDENÍM/EXEKUCÍ své zakázky?**
☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

**7 / Nakolik podle vás odpovídala cena kvalitě a rozsahu odvedené služby?**

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

**8 /** Upřímně míněné doporučení je ta nejlepší reklama. Chtěli byste ještě sdělit něco dalšího k práci kreativce, ale nenašli jste to v nabízených předmětech „známkování“? Buďte konkrétní a napište své osobní hodnocení.