

# Klíčová zjištění z dat o Flédě

## 1. Návštěvnická základna

### Demografické složení

- Největší skupinu tvoří návštěvníci ve věku 19-30 let (47 respondentů)
- Střední věková skupina 31-40 let představuje významnou menšinu (15 respondentů)
- Nízké zastoupení mají věkové skupiny 15-18 let a 50+ (po 4 respondentech)
- Mírně převažují ženy (38) nad muži (32), s menším zastoupením dalších skupin



### Frekvence návštěv

- Většina respondentů (42) navštěvuje kulturní akce alespoň jednou měsíčně
- 17 respondentů chodí na akce přibližně jednou týdně
- 13 respondentů navštěvuje akce pouze párkrát do roka
- Existuje malá skupina velmi aktivních návštěvníků (2), kteří chodí několikrát týdně

## 2. Chování návštěvníků

### Způsob objevování akcí

- Facebook je dominantním zdrojem informací (přes 30 zmínek v různých kombinacích)
- Významnou roli hraje osobní doporučení od přátel a známých
- Instagram funguje jako sekundární kanál
- Klasické plakáty ve městě mají stále své místo
- Přímá komunikace od interpretů je překvapivě silným kanálem

### Rozhodovací proces

- Většina návštěvníků (32) se rozhoduje měsíc a více dopředu
- Významná skupina (28) se rozhoduje týden předem
- Menšina (7) se rozhoduje spontánně 1-3 dny předem
- Objevuje se vzorec různých rozhodovacích časů podle typu akce

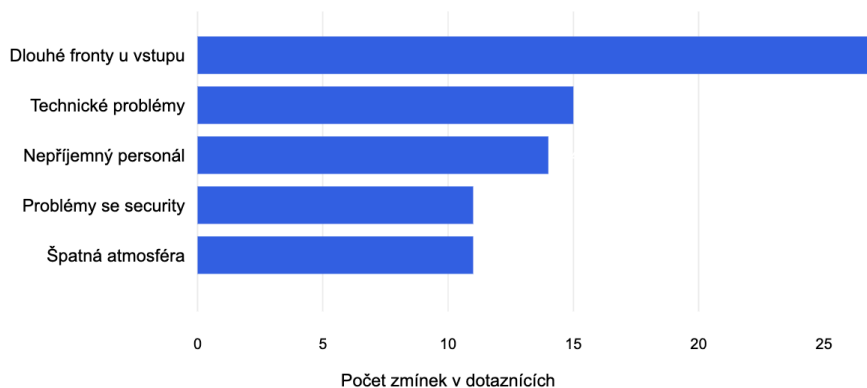
### 3. Problémy a výzvy

#### Nejčastější komplikace

- Dlouhé fronty u vstupu (zmiňováno 27krát v různých kombinacích)
- Technické problémy (15 zmínek)
- Problémy s personálem (14 zmínek)
- Špatná atmosféra (11 zmínek)
- Problémy se security (11 zmínek)

#### Nejčastější problémy zmiňované návštěvníky

Celkový počet respondentů: 74 | Z toho 45 (61%) neuvedlo žádný problém



Poznámka: Respondenti mohli označit více problémů najednou

#### Specifické problémy barového provozu

- Nespokojenost s poměrem cena/objem u piva
- Čekací doby na obsluhu
- Různorodá zkušenost s personálem
- Omezený výběr nápojů, zejména nealkoholických

### 4. Zajímavé postřehy

- Významná část návštěvníků plánuje návštěvy dlouho dopředu, což naznačuje potenciál pro předprodeje
- Sociální sítě jsou klíčové pro komunikaci, ale osobní doporučení hrají téměř stejně důležitou roli
- Existuje skupina velmi loajálních návštěvníků, kteří chodí pravidelně
- Problémy s frontami a technické obtíže jsou nejčastějšími důvody nespokojenosti
- Zkušenost s personálem je velmi různorodá, od velmi pozitivní po negativní