

- Trên bao bì (bì thư, hóa đơn...)
 - Bảng rôn, poster, tờ rơi, bảng hiệu, panô quảng cáo
 - Qua việc sử dụng sản phẩm
5. Yêu tố khiến Anh/Chị nhớ đến Công ty Cổ phần Khóa Việt Tiệp đầu tiên là
- Tên thương hiệu
 - Logo hình chìa khóa nổi bậc trên nền cam hình bánh răng
 - Slogan “Niềm tin của mọi nhà”
 - Yếu tố khác (xin ghi rõ)

Liên hệ Nhóm MBA ĐH Bách Khoa HCM : Viber/zalo **0903 39 66 88** Chat
<http://facebook.com/hoidapSPSS/> Email: hotrospss@gmail.com Website:
<http://phantichspss.com/lien-he-gioi-thieu> **Để được:**

1. Tư vấn mô hình nghiên cứu/bảng câu hỏi/ training trực tiếp về các bước làm luận văn như là: phân tích hồi quy, phân tích nhân tố, Cronbach’s Alpha... trong SPSS, và mô hình SEM, CFA, AMOS.
2. Cung cấp/chỉnh sửa số liệu khảo sát phù hợp với bảng câu hỏi của bạn để chạy ra kết quả có ý nghĩa thống kê.

Phần II: Phần đánh giá mức độ nhận biết thương hiệu của Khóa Việt Tiệp hiện nay tại địa bàn cần thơ thông qua thang đo Likert

Xin hãy cho biết mức độ đồng ý về các phát biểu sau theo mức độ từ 1 đến 5 theo quy ước bằng cách đánh dấu ✓ vào ô trống

1.Đánh giá hình thức quảng cáo của Việt Tiệp tương ứng các mức độ sau:

1=Rất không đồng ý, 2=Không đồng ý, 3=Không có ý kiến, 4=Đồng ý, 5=Hoàn toàn đồng ý

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Quảng cáo của Khóa Việt Tiệp xuất hiện ở mức tương đối trên: ti vi,báo,mạng xã hội....					
2	Độ phủ của các pano quảng cáo đã giúp phần lớn khách hàng nhận dạng được Việt Tiệp trên đường phố Cần Thơ					
3	Cách truyền tải thông điệp thương hiệu qua quảng cáo mà bạn từng xem cuốn hút, hấp dẫn					

4	Bạn nhận ra việt tiếp thông qua các chương trình xã hội, tại Cần Thơ					
---	--	--	--	--	--	--

2. Đánh giá Slogan thương hiệu “Niềm tin của mọi nhà” tương ứng các mức độ sau:

1=Rất không đồng ý, 2=Không đồng ý, 3=Không có ý kiến, 4=Đồng ý, 5=Hoàn toàn đồng ý

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Slogan “niềm tin của mọi nhà” là dễ đọc, dễ nhớ, dễ hiểu					
2	Slogan có ý nghĩa, đem lại độ tin cậy cho khách hàng về sản phẩm công ty					
3	Slogan gây được ấn tượng, truyền tải được thông điệp của sản phẩm chất lượng					

3. Đánh giá Logo thương hiệu tương ứng các mức độ sau: 1=Rất không đồng ý, 2=Không đồng ý, 3=Không có ý kiến, 4=Đồng ý, 5=Hoàn toàn đồng ý

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Logo nổi bật, ấn tượng dễ phân biệt với các thương hiệu khác					
2	Hình ảnh logo truyền tải được đặc trưng ngành nghề kinh doanh của công ty					
3	Logo dễ nhớ, có ý nghĩa					
4	Logo hình con chó trên một số dòng sản phẩm mang đặc trưng văn hóa người việt					

3. Đánh giá “giá” sản phẩm tương ứng các mức độ sau: 1= Rất không hài lòng, 2= Không hài lòng, 3= Không có ý kiến, 4= Hài lòng, 5=Hoàn toàn hài lòng

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Giá bán các dòng sản phẩm tầm trung trở xuống					
2	Giá bán các dòng sản phẩm cao cấp					
3	Giá sản phẩm và chất lượng kèm theo mà khách hàng nhận được					

4. Đánh giá chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng thông qua các tiêu chí sau:
1= rất kém, 2= kém, 3= bình thường, 4= tốt, 5= rất tốt

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Thái độ tiếp nhận yêu cầu tư vấn sau bán hàng, giải quyết sự cố					
2	Hệ thống phân phối và mạng lưới bán hàng phủ khắp, tiện lợi khi mua hàng					
3	Thái độ của các nhân viên bán hàng					
4	Lượng thông tin cần thiết về sản phẩm, về Công ty được tìm hiểu qua mạng					

5. Đánh giá uy tín thương hiệu theo các mức độ sau: *1=Rất không đồng ý, 2=Không đồng ý, 3=Không có ý kiến, 4=Đồng ý, 5=Hoàn toàn đồng ý*

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Việt tiếp là một thương hiệu uy tín, tên tuổi trên thị trường khóa tại Việt nam					
2	Thương hiệu có chỗ đứng mạnh trong lòng người tiêu dùng					

3	Người tiêu dùng đánh giá cao chất lượng của sản phẩm việt tiếp so với sản phẩm ngoại					
4	Việt tiếp xứng đáng là thương hiệu được người tiêu dùng bình chọn là hàng Việt Nam chất lượng cao nhiều năm liền					

6. Đánh giá chung về mức độ nhận biết thương hiệu và lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu Khóa Việt Việt Tiếp theo các mức độ sau: 1=Rất không đồng ý, 2=Không đồng ý, 3=Không có ý kiến, 4=Đồng ý, 5=Hoàn toàn đồng ý

STT	Tiêu chí	Thang điểm				
		1	2	3	4	5
1	Bạn sẽ luôn dành ưu tiên hàng đầu cho sản phẩm của việt tiếp mỗi khi có nhu cầu về ổ khóa					
2	Bạn sẽ luôn sẵn lòng giới thiệu sản phẩm Việt Tiếp cho người thân và bạn bè của mình					
3	Bạn có cho rằng đa phần người việt Nam đều biết đến thương hiệu Khóa Việt Tiếp qua quá trình phát triển trên 42 năm					