



Struktura a nacenění prací (ceny uváděny bez DPH)

Analytická a strategická část



Hlubková analýza (produktu) školy

Škola má málo dat/nevhodná data o zkušenostech a spokojenosti svých klíčových zákazníků (žáků) a dalších klíčových skupin (zaměstnanci školy, partnerské firmy, rodiče), které se podílejí na vytváření pověsti mezi odbornou i nezúčastněnou veřejností. Hrozí riziko, že kroky, které škola podniká, nebo které jsou navrhovány bez hloubkové interní analýzy všech klíčových skupin, nepovedou ke skutečnému zlepšení pozice školy na trhu se vzděláním.

Výstupy je vhodné použít i pro další navrhování širší strategie školy (nejen náboru), úpravu náborové kampaně a vytvoření komunikační strategie, která říká, co a jak chce škola komunikovat interně, tak externě.

Hlubková analýza se sestává z následujících kroků:

1. 2x focus groups (tzv. ohniskové skupiny) mezi stávajícími žáky. Jedná se o řízený rozhovor se skupinou vždy přibližně deseti žáků. Provedení focus groups je důležité proto, že nám pomůže odhalit širokou škálu problémů (které lze následně ověřit v dotazníku) a zároveň jsme se žáky osobně a tak můžeme vidět, jestli si zrovna vymýšlí nebo jsou spíše upřímní. Samotné dotazníkové šetření bez úpravy podle výstupů z focus groups toto může hodně přehlédnout a zkreslit.
2. Ověření zjištění z focus groups kvantitativně dotazníkem mezi všemi žáky školy.
3. Dotazníkové šetření mezi zaměstnanci školy (focus group mezi zaměstnanci není příliš vhodná, protože nezajistí dostatečnou anonymitu).

Cenový rozpad

- 2x focus groups se žáky školy: 15.000 Kč

- Dotazníky mezi žáky: 5.000 Kč tvorba + 5.000 Kč vyhodnocení, celkem 10.000 Kč
- Dotazníky mezi zaměstnanci 5.000 Kč tvorba + 5.000 Kč vyhodnocení, celkem 10.000 Kč
- Souhrnný výstup v podobě hloubkové analýzy (produktu) školy a sestavení strategických doporučení a priorit školy v dotčených oblastech: 15.000 Kč

Celková cena: 50.000 Kč

Předpokládaná délka realizace: 8-14 týdnů, dle rychlosti organizace žáků, zaměstnanců atd. v úvodní části.



Komunikační strategie

Škola v současné době disponuje Obsahovou strategií vytvořenou v rámci přípravy webových stránek. Doporučujeme ji rozšířit na plnohodnotnou Komunikační strategií, která zohlední nejen rozhovory s vedením, ale rovněž data od dalších klíčových skupin, jejichž podněty a pohled na školu budou získány v rámci hloubkové analýzy.

Výstupem je strategický dokument, který slouží jako podkladový materiál pro veškerou komunikaci – ať už je to příprava vizuálních podkladů, webu, komunikace na sociálních sítích, jiných textů nebo interních sdělení.

Komunikační strategie Vám poskytne: nastavení strategických cílů v oblasti náboru a marketingu, dodefinování cílových skupin, dotažení argumentace školy dle cílových skupin, návrh vhodných komunikačních nástrojů na základě stanovených cílů a jejich komunikace.

Akční kroky:

- Rozšíření hloubkové analýzy o rozsah potřebný pro Komunikační strategii.

- Rozhovory s vedením a garanty oborů. (v menší míře, jelikož proběhly již pro tvorbu Obsahové strategie k webu)
- Rešerše NZ.
- Průběžné iterace se školou.
- Vytvoření strategických podkladů pro náborovou kampaň.

Předpokládaná délka realizace: 1 měsíc

Cena 25.000 Kč

Koordinace



Série konzultačních setkání

Škola se snaží v jednotlivých aktivitách, postrádá však dlouhodobou strategii a provázání jednotlivých náborových aktivit, rovněž náborový tým je ve fázi formace a začátku motivace. Vzhledem k omezeným lidským kapacitám, rozpočtu i času je potřeba plánovat a řídit všechny kampaně maximálně efektivně. Většina nejpodstatnějších momentů je známa dlouho dopředu, proto je možno aktivity plánovat na měsíce dopředu, odhadovat časovou náročnost jednotlivých kroků a alokovat lidský potenciál i rozpočet na klíčová místa. Navrhujeme na omezenou dobu přizvat koordinátora marketingových aktivit, který zaběhne příslušné procesy. (ideální v kombinaci s účastí školy v Akademií Než zazvoní).

Detail realizace: Ve spolupráci se školou nastavíme nová pravidla komunikace, přichystáme konkrétní kroky, které zasadíme do časového rámce a pod odborným dozorem společně budeme kampaň realizovat a průběžně vyhodnocovat. Cílem je ve škole zavést procesy plánování a řízení náboru, aby další náborovou kampaň dokázala realizovat svépomocí, a to včetně sběru dat, zpětné vazby a jejich následného vyhodnocování.

Vybrané aspekty služby

- Pravidelné setkání se školou, vzájemné zadání úkolů.
- Mezitimní kdykoliv dostupné poradenství.
- Nastavení pravidel pro komunikaci a práce v marketingu, projekt management, vyhodnocování aktivit.
- Mentoring v oblasti plánování, exekuce a vyhodnocování PR příležitostí, mentorování content marketingu.

- Nastavení systému sběru kontaktů, dat a zpětné vazby a práce s těmito daty.
- Nastavení správy databáze absolventů a práce s referencemi v propagaci školy.
- Mentoring v oblasti interního marketingu.
- Spolupráce na školních aktivitách, které mají za cíl podpořit soudržnost žáků, vštěpit do nich hodnoty školy a posilovat značku.
- Konzultace scénářů pro návštěvy ZŠ, burzy škol, DOD.
- Celkem předpokládáme až 14 dle potřeby i celodenních přítomností konzultanta ve škole a práce mezi setkáními – celkem 106 hodin čistého vykázaného času práce

Předpokládaná délka realizace: 8-10 měsíců.

Cena 86.800 Kč

Koordinace online propagace



Detail realizace: Nastavení sociálních sítí a dalších online kanálů dle Analýzy potřeb.

- Vytvoření kampaně dle dohodnutého rozpočtu a reklamních sestav dle dohodnutého cíle s ohledem na specifika jednotlivých on-line nástrojů a to včetně zacílení relevantních cílových skupin (uchazeči a rodiče), vč. mentoringu správců sociálních sítí školy.
- Realizace PPC kampaně na posílení značky, dnů otevřených dveří a událostí kolem přihlášek
- Celkem 25 vykázaných hodin práce.

Předpokládaná délka realizace: září – duben/květen

Cena 20.000 Kč (neobsahuje inzertní kredit)



Ostatní



DOD: Audit pomocí mysteryshoppingu

Detail realizace: Dne otevřených dveří se zúčastní tajný návštěvník. Než zazvoní tohoto člověka najme a vypracuje zprávu na základě podnětů dané osoby. Výsledkem je zpráva o stavu DOD a souhrn doporučení pro organizaci dnů otevřených dveří.

Cena: Zdarma jako bonus

Celková cena za všechny položky: 181.800 Kč bez DPH.