

Struktura a nacenění prací (ceny uváděny bez DPH)

Rozsah prací	
Marketingový koncept, vize, cíle a zaměření webu	4.000 Kč
Informační architektura a struktura webu	12.000 Kč
UX webu (kostra, titulní stránka, univerzální podstránka pro použití na jakékoliv další stránky, (nadpisy, tabulka, dokumenty, odkazy), jednotná stránka oboru pro použití ke všem oborům)	
Design webu (titulní stránka, univerzální podstránka pro použití na jakékoliv další stránky (nadpisy, tabulka, dokumenty, odkazy), jednotná stránka oboru pro použití ke všem oborům)	
Doplňkové grafické prvky (titulní stránka, univerzální podstránka pro použití na jakékoliv další stránky, (nadpisy, tabulka, dokumenty, odkazy), jednotná stránka oboru pro použití ke všem oborům)	
Specifické user experience (UX) a grafika 3 stránek „Den otevřených dveří“, „Proč studovat u nás“ a „Přijímací řízení“	9.000 Kč
Pokročilé textace v českém jazyce dle zásad školského marketingu (stránek každého z 3 oborů, stránek proč jít studovat k nám, přijímací řízení a Den otevřených dveří)	3.500 Kč
Komunikační strategie školy. Výstupem je samostatný dokument komunikační strategie školy, zahrnující i obsahovou strategii k webu, tak a dalším materiálům – letákům, plakátům, informačním bulletinům, do katalogů, na facebook, doporučení, které komunikační kanály v náboru používat. Dokument se zakládá na rozhovorech s vedením školy, garanty oborů a strukturovaném rozhovoru/ohniskové skupině(nách) (focus group) po 10-12 žácích školy Akční kroky: <ul style="list-style-type: none"> • Rozhovor s vedením školy a garanty oborů. • Focus groups s žáky školy (dvě skupiny žáků po 10-12 osobách) • Rešerše NZ. • Průběžné iterace se školou. • Vytvoření strategických podkladů. Seminář pro zaměstnance školy – jak se strategií pracovat a co jsou její hlavní prvky.	40.000 Kč
Celkem	68.500 Kč

Práce neobsahují technické zpracování webu, jeho sazbu apod. a jsou předány ve formě grafických, případně textových podkladů.

Kalkulace je platná jako celek a při redukci některého z bodů je nutné připravit novou nabídku, jelikož jsou prvky vzájemně provázané.

Ceny neobsahují náklady na zakoupení domény, webhostingu, pořízení ani extenzivní úpravu fotografií. Plnění předpokládá existenci loga a grafického manuálu školy. V případě fotografií doporučujeme co nejlepší fotografie dle našich pozdějších instrukcí – mají velký vliv na celkový vzhled webu.

Doplňující služby	
Analýza marketingových potřeb školy Ve 13 kategoriích náboru (Dlouhodobá strategie, Management kampaně, Práce s daty, Kontakt s uchazeči, Web, Facebook, Instagram, YouTube, Další online prvky, Kontaktní kampaň, Den otevřených dveří - koncept, PR, Content marketing, Interní komunikace) provedeme hodnocení, jak si škola stojí v náborových aktivitách, kde jsou její silné stránky, kde slabší a připravíme co nejkonkrétnější návrhy ke zlepšení v jednotlivých kategoriích, manažerské shrnutí a také náborové investiční priority. Standardně vypadá průběh prací takto: <ul style="list-style-type: none">- Osobní rozhovor s vedením školy (cca 2 hodiny)- Otázky na doplnění a doposlání- Zpracování- Osobní prezentace výstupů a doporučení- Celková délka trvání: cca 10-14 dní	6.500 Kč
Audit Dne otevřených dveří Dne otevřených dveří se zúčastní tajný návštěvník. Než zazvoní tohoto člověka najme a vypracuje zprávu na základě podnětů dané osoby. Výsledkem je detailní zpráva o stavu DOD a souhrn doporučení pro organizaci dnů otevřených dveří. Vypracování auditní zprávy do 2,5 týdne po konání DOD.	10.000 Kč