

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ PRVKY VE ŠKOLNÍM MARKETINGU

Mgr. Ing. Richard Malovič

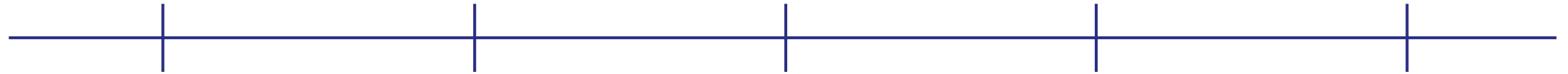


CYKLUS VÝBĚRU ŠKOLY A VZTAHU KE ŠKOLE

Hledání možností studia
Čekání na impuls

Udržení zájmu do
podání přihlášky

Od zápisu po usednutí
v lavicích



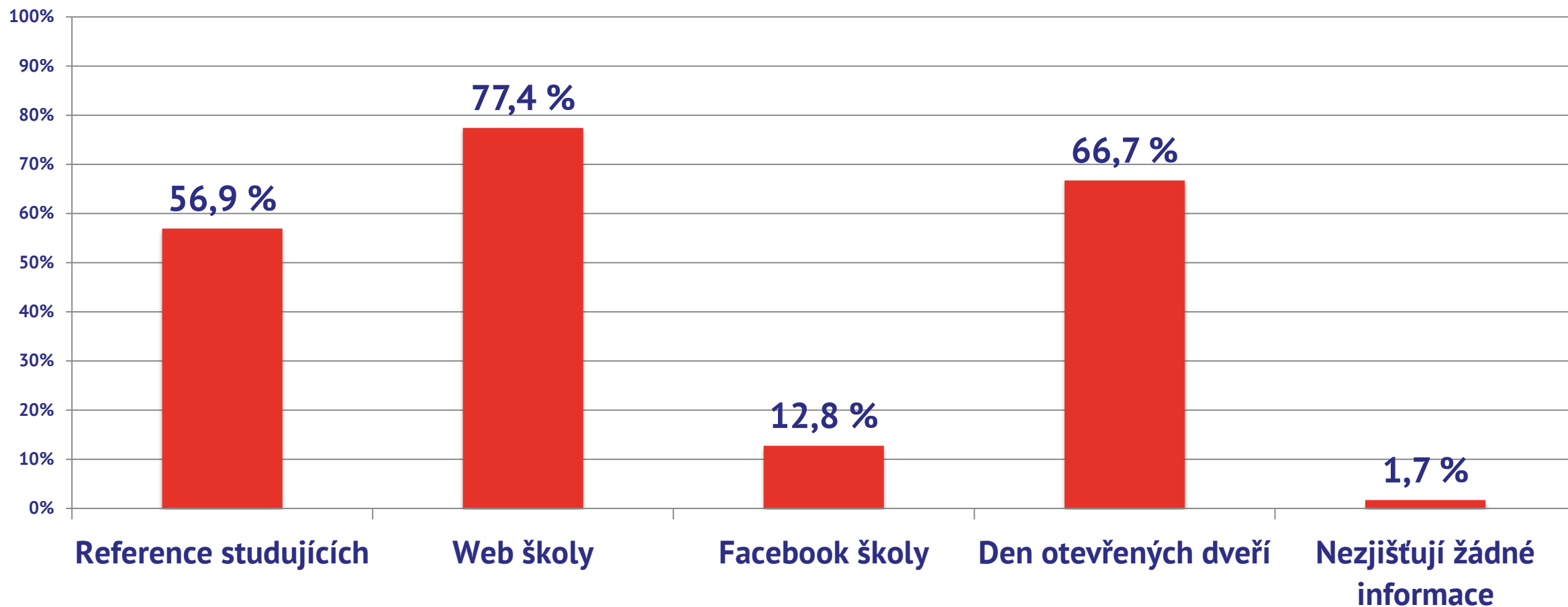
Průzkum a sběr
informací pro rozhodnutí

Od podání přihlášky do
zápisu



Jakým způsobem žáci zjišťují informace o středních školách

N = 2 636





OSOBNÍ DOPORUČENÍ A VZTAHY
S VEŘEJNOSTÍ



ŠKOLNÍ WEB



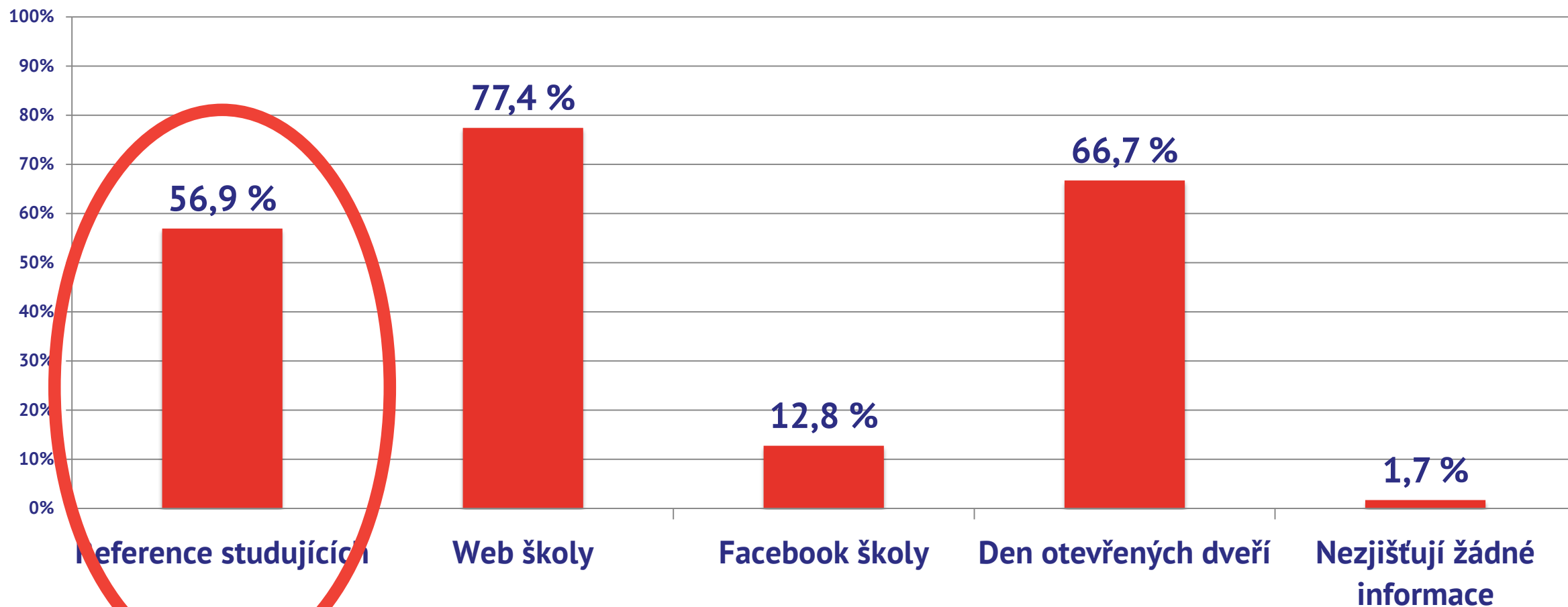
DEN OTEVŘENÝCH DVEŘÍ



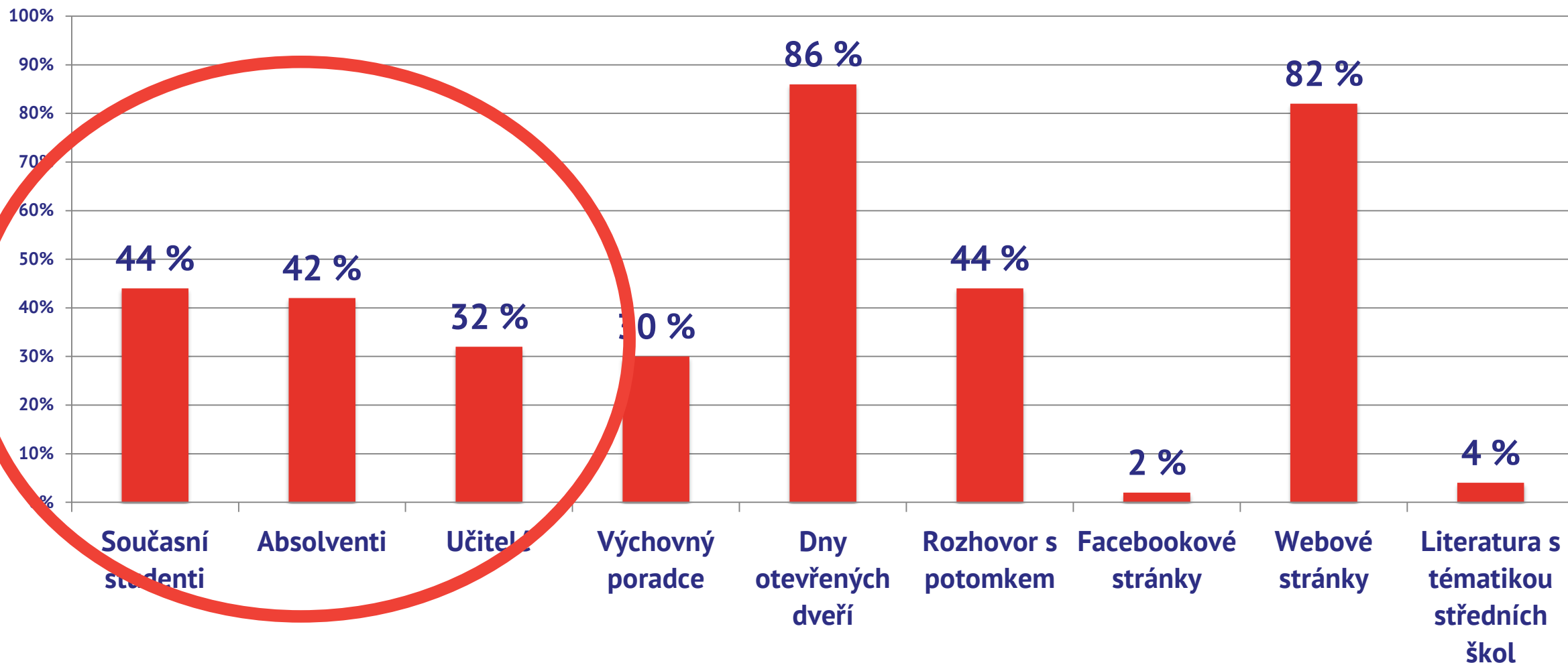
OSOBNÍ DOPORUČENÍ A VZTAHY S VEŘEJNOSTÍ

Jakým způsobem žáci zjišťují informace o středních školách

N = 2 636



Jakým způsobem rodiče zjišťují informace o středních školách



DOPORUČENÍ PRACUJE ZA VÁS

- Nic tak nepomůže vašemu produktu, jako doporučení od někoho, kdo s ním má osobní zkušenost
- Nikdo nechce studovat na škole se špatnou pověstí
- Pověst se buduje dlouho a komplikovaně, ale moc to nestojí



OSOBNÍ DOPORUČENÍ A VZTAHY S VEŘEJNOSTÍ

- Profil a značka
- Interní marketing
- Motivace a vstřícnost
- Facebook
- Média (Public relations)

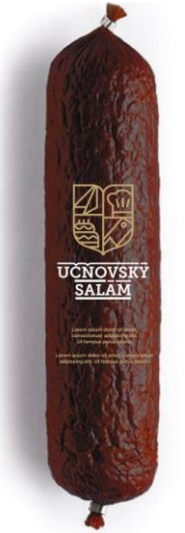


VAŠE ZNAČKA JE V HLAVÁCH LIDÍ

- Každý má značku, ať už na ni aktivně pracuje, nebo ne
- Značka není v marketingu jen logo, je to celková image a pověst
- Značka je v hlavách lidí, kteří přicházejí do styku s vaší školou – žáci, rodiče, výchovní poradci i veřejnost
- Značka je v hlavách lidí ve vaší škole
- Buduje i se pomalu, zničit se dá rychle



VIZUÁLNÍ IDENTITA



INTERNÍ MARKETING

- Budování interních rituálů
- Školní časopis
- Škola jako služba pro studenty
- Ovlivňuje celkové klima na škole
- Sebevědomí a hrdost



MOTIVACE A VSTŘÍCNOST

- Každý ve škole musí znát přednosti školy
- Vaši lidé jsou vašimi ambasadory
- Není nic snazšího než když se něco rozkřikne
- Úsměvem nic nepokazíš
- Vzdělání jako dobrá služba
- Škola táhne za jeden provaz



FACEBOOK JAKO NÁSTROJ ŠKOLNÍHO MARKETINGU

- Pomáhá budovat komunitu a zapojovat studenty
- Udržuje informovanost o dění na škole
- Propaguje školu tam, kde jsou žáci celý den
- Vedení účtu zdarma
- Možnost i placené cílené reklamy





SOŠ a SOU Polička added 6 new photos — 😊 feeling proud.

Published by Tereza Vápeníková [?] · February 26 · Polička · 🌐

Dne 22. 2. 2016 v nočních hodinách odjel Vojtěch Petržela se svými učiteli odborného výcviku, kteří ho velice podporují, na soutěž TOP CARVER 2016 do německého Stuttgartu, aby změnil své síly a dovednosti s ostatními řezbáři. 🍷

Dostal se až do finále "live carvingu", kde porazil německou řezbářku /vítězku Innsbrucku 2014/ a thajského řezbáře.

Kompozice - zlata medaile ... [See More](#)



10,062 people reached

[View Results](#)

👍 Josef Kladivo, Monika Hájková and 139 others 3 Comments 14 Shares 🏆

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

10,062 People Reached

372 Reactions, Comments & Shares

337 Like **141** On Post **196** On Shares

5 Love **0** On Post **5** On Shares

6 🤩 Wow **0** On Post **6** On Shares

6 Comments **3** On Post **3** On Shares

18 Shares **14** On Post **4** On Shares

2,132 Post Clicks

675 Photo Views **0** Link Clicks **1,457** Other Clicks ⓘ

NEGATIVE FEEDBACK

0 Hide Post **1** Hide All Posts

0 Report as Spam **0** Unlike Page

PUBLIC RELATIONS

- Budování vztahů s veřejností
- Dostat se do médií je poměrně snadné a především zdarma
- Stačí dodržovat základní pravidla pro styk s novinářem a proaktivní přístup
- Události a odborníci
- Pochlubte se a kupte více výtisků





Učni v Poličce ukázali zákulisí gastronomie

Polička – Jak se dělají jitrnice, umělecky ztvárněné dorty moderní koktejly, či jak založit firmu? To si mohli lidé ve čtvrtek prohlédnout na Střední škole a odborném učilišti Polička, kde se konal tradiční den otevřených dveří.

17.1.2016

SDÍLEJ:



Baristé, barmani, kuchaři i cukráři se předvedli veřejnosti poprvé v letošním roce na dni

DALŠÍ ČLÁNKY Z RUBRIKY



Nové chodníky v Poličce



Svitavská poliklinika v novém



Hasiči bojovali o superpohár



Litomyšl navštívil titulární biskup Pavel Konzbul



TECHNOhrátky zaujaly

KOMERČNÍ SDÍLENÍ

NABÍDKA VOZIDEL Z REGIONU



Ford Mondeo
2.0 TDCI, TITANIUM, XENON,

298 999,- Kč



Škoda Octavia
1.4 TSI NAVIGACE, KLIMA

258 999,- Kč



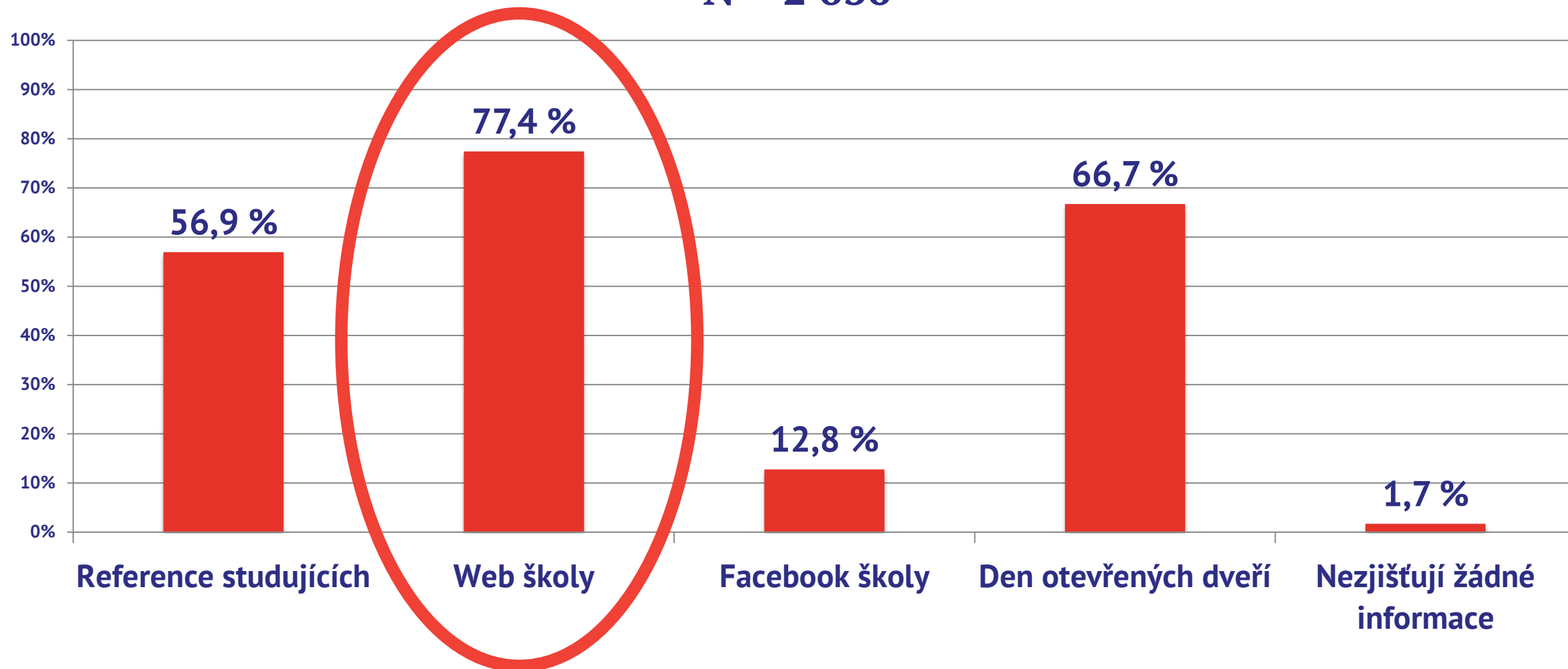
Škoda Superb
2.0 TDI CR LAURIN &

366 999,- Kč

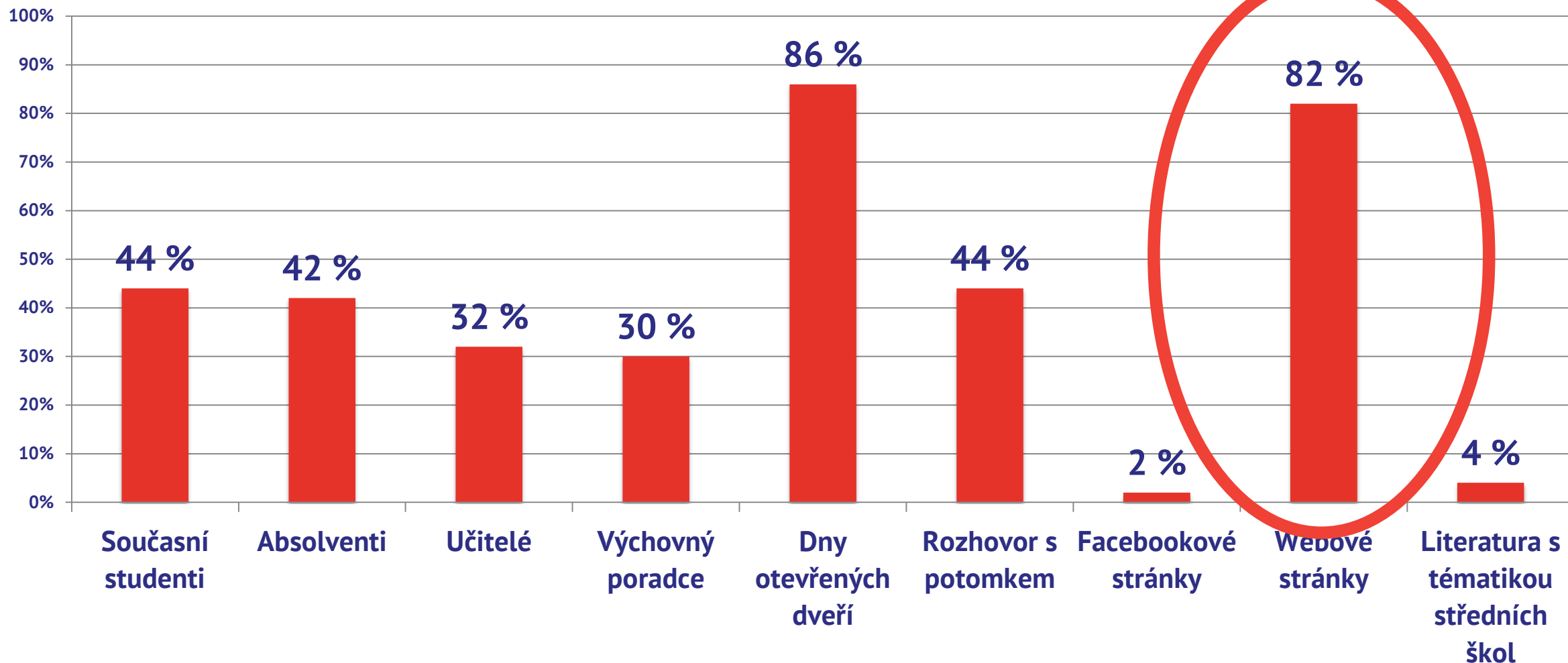
ŠKOLNÍ WEB

Jakým způsobem žáci zjišťují informace o středních školách

N = 2 636



Jakým způsobem rodiče zjišťují informace o středních školách



5 TOP TÉMAT ŠKOLNÍCH WEBŮ

1. (Ne)marketingový přístup
2. (Ne)atraktivní vzhled
3. Aplikace vs. Ignorace moderních technologií a postupů
4. Investice vs. Nízká priorita „abychom web měli“
5. Vendor lock-in



(NE)MARKETINGOVÝ PŘÍSTUP

- Školní web má v první řadě za úkol získat uchazeče
- Až sekundárně slouží pro současné studenty, jejich rodiče a teprve nakonec pro učitele
- Tomu musí být přizpůsobené naprosto vše
- Ankety a vstupy pro administrátory na web nepatří, už vůbec ne na titulní stránku



(NE)ATRAKTIVNÍ VZHLED

- Vzhled a rozložení ovládacích prvků je mnohem důležitější, než se může zdát
- Škaredý web dokáže v okamžiku odradit
- Je důležité se odlišit
- Pokud uchazeči trvá dlouho dohledat potřebné informace, odchází jinam



APLIKACE vs. IGNORACE MODERNÍCH TRENDŮ

- Na Facebook chodí již od roku 2013 více lidí z mobilů a tabletů než z počítačů
- Tomu se musí přizpůsobit školní weby
- Pokud váš web není tzv. responzivní, kladete zásadní překážky pro uživatelskou přívětivost webu



SLOŽKY TVORBY MODERNÍHO WEBU

1. Marketingový koncept
2. Informační architektura
3. UX (uživatelská přívětivost)
4. Copywriting (texty)
5. Design a grafika
6. Technické řešení – kódování



VĚTŠINA FIREM DODÁ POUZE JEDNU ČÁST

- Velice nepřehledná situace
- IT firmy dodají pouze technické řešení
- In-house řešení (zaměstnanci školy) jsou většinou zaměřena jen na jednu část
- Málokdo dokáže napsat poutavý text, rozvrhnout ovládací prvky, vytvořit grafiku i programovat



KVALITNÍ WEB

- Komplexní marketingové řešení webu nemůže cenou konkurovat nabídce IT firem, protože ty dodají pouze jednu část
- Kvalitní web není za 20-30 tis. Kč
- Web se tvoří měsíce
- Kvalitní dodavatel vás bude maximálně zapojovat
- Vendor lock-in



INVESTICE DO WEBU SE RYCHLE VRÁTÍ





než
zazvoní

Mgr. Ing. Richard Malovič

malovic@nezzazvoni.cz

608 252 312

www.nezzazvoni.cz