



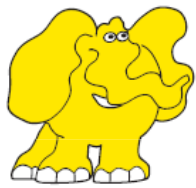
**Sluně**  
*Svět jazyků* Žádný jazyk není cizí

*Změna značky firmy a positioningu*

Dalimil Petrilák & Martin Pospíš



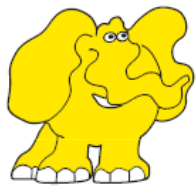
- Charakteristika společnosti
- Strategické cíle
- Situační analýza
- Nabídka
- Konkurenční výhoda
- Výsledky SWOT analýzy
- Analýza konkurence
- Marketingové cíle
- Zákazníci
- Marketingová strategie
- Marketingové aktivity
- Akční programy
- Rozpočet
- Systém měření a kontroly
- Dotazy



- **Slune-svět jazyků, s.r.o.** (původně Slune s.r.o.)
- Vznik v roce 1998
- Předmět podnikání:
  - výuka cizích jazyků,
  - překladatelská činnost,
  - zprostředkování obchodu a služeb,
  - koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej.
- **Základní kapitál: 500 000,- Kč**
- Struktura vlastnictví:
  - Ing. Petr Pasek - 61%, Ing. Lucie Vlková - 39%
- **Celkový obrat v ČR (2005): 13 000 000,- Kč**
- Pobočky:
  - **Ostrava**, Brno, Praha, Plzeň.



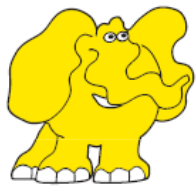
- Slune učí ve 36 městech v ČR a na Slovensku
- 15 interních zaměstnanců, 250 lektorů, 1000 překladatelů a tlumočnicků
- Překlad a tlumočení **90 jazyků**
- Nové internetové stránky s nabídkou on-line služeb (on-line testy, přihlášky do kurzů...)
- Sponzoringové aktivity:
  - SOS dětské vesničky,
  - Majáles 2002 - VŠB-TU Ostrava,
  - Internacionální Federace Bobbingu,
  - Základní škola sluchově postižených v Ostravě – Porubě,
  - plesy v Ostravě a Brně.



- Kontinuální růst a otevření dalších poboček v ČR, aby celkový počet dosáhl 7
- Vyrovnání podílu jazykové výuky a překladů na poměr 50:50 (v současné době 75:25)
- Být vnímána jako renomovaná jazyková společnost, která je schopná zajistit komplexní jazykové služby na prvotřídní úrovni za dostupné ceny



- Komplexní a kvalitní jazykové služby v oblasti jazykové výuky - **jazyková výuka, jazykové kurzy, jazykový audit, překlady a tlumočení**
- **full service, snaha vyjít zákazníkovi maximálně vstříc**
- každý klient je důležitý
- zavádění nových služeb, sledování trendů
- **Motto:**  
*S námi „... žádný jazyk není cizí!“*

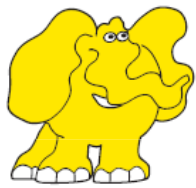


- Velmi konkurenční trh
- **Jazyková výuka:**
  - Lokální (Ostrava 15 JŠ, Brno 30 JŠ, Praha 200 JŠ, Plzeň 15 JŠ) a celorepubliková konkurence
  - Zmenšování se trhu
  - Orientace zákazníků (firem) na služby a komplexnost řešení
- **Překlady a tlumočení:**
  - Cca 30. největší firma v ČR (zdroj: Kniha seznamů – Book of lists '07)
  - Celorepubliková konkurence
  - Trh je nasycený a stagnující



- zákaznický orientovaná firma
- **Jazyková škola**
  - Kurzy pro veřejnost
  - Firemní kurzy
  - Kurzy na klíč
  - Specializované kurzy – obchodní angličtina
  - Letní pobytové kurzy AJ
  - Mezinárodní zkoušky
- **Překladatelská agentura**
  - Překlady: *běžné, soudně ověřené, v expresním termínu.*
  - Tlumočení: *doprovodné, konsektivní, simultánní, soudní, v zahraničí, konference na klíč.*
  - Další služby: *korektury, tlumočení po telefonu, dabing, titulky, přepis a překlad textu z audio-/videokazet, CD.*





- Kvalita a komplexnost služeb
- Výhodný poměr kvalita/cena
- Vstřícný přístup
- Překlad do celkem 90 jazyků
- On-line databáze (on-line monitoring)
- On-line testy, přihlášky
- „za půlku peněz celého slona“



### Strengths

Kvalitní služby  
Cenová politika  
On-line zákaznická podpora  
Překlad exotických jazyků

### Weaknesses

Současné logo  
Vnímání značky  
Udělené certifikáty

### Opportunities

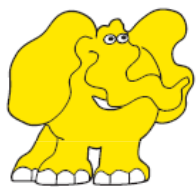
Reference  
Externí spolupracovníci  
Prostor v oblasti internetu

### Threats

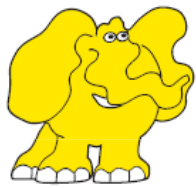
Silná konkurence  
Členství v AJŠČR  
Stagnace trhu výuky jazyků



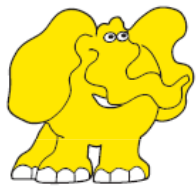
- Lokální konkurence (Glossa, Skřivánek...)
  - Oblast jazykové výuky
- Celorepubliková konkurence (Skřivánek, Aspenna...)
  - Překlady, tlumočení
- **Výhody oproti konkurenci:**
  - Nabídka jazyků
  - Zákaznická podpora
  - Levnější konkurence nenabízí srovnatelné služby, cenově vyšší neposkytuje výrazně lepší
- **Nevýhody:**
  - Certifikace



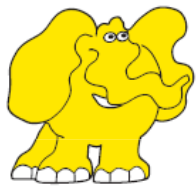
- Změna loga (nutné zachování kontinuity) tak, aby vyjadřovalo:
  - serióznost,
  - tradici,
  - flexibilitu,
  - kvalitu,
  - lidskost,
  - originalitu.
- Rozšíření portfolia zejména pro firemní klientelu, vytvoření alternativy pro služby již poskytované konkurencí (lokalizace webů, SW, copywriting, DTP)
- Zlepšení viditelnosti na internetu
- Změna motto
- Zlepšení vnímání značky



- Targeting:
  - Firemní klientela jak v roli konečného spotřebitele, tak v roli dodavatele
  - Zahraniční investoři (Japonsko, Korea,...)
- Positioning:
  - Služby, které významným způsobem ovlivní vnímání firemní značky našich klientů veřejností
  - Služby, které profilují Slune i jako subdodavatele specializovaných řešení



- Vytvoření nového loga interním zaměstnancem nebo na objednávku od externího dodavatele
  - Požadavek: ponechat původní název
- Propagace nového loga v používaných prostředcích:
  - [www.slune.cz](http://www.slune.cz),
  - internetové vyhledávače,
  - partnerské internetové stránky ([www.morava24.cz](http://www.morava24.cz), [www.vzdelani.cz](http://www.vzdelani.cz), [www.mezipristani.cz](http://www.mezipristani.cz)),
  - Zlaté stránky,
  - tisk + letáky,
  - cedule před pobočkami,
  - sponzoring,
  - direct-mailing (vícejazyčný), osobní schůzky.



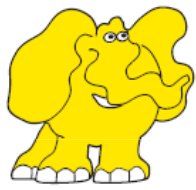
- Vznik nových poboček (Hradec Králové, Olomouc, Ústí nad Labem)
- Nové motto:

*„Jistota v džungli jazyků.“*



- Nové služby:
  - **Překlady webových projektů**
    - Zaměření na firemní klientelu
    - Inzerce na internetových portálech
    - Ceny v rozmezí 500 – 8000,- Kč, v závislosti na rozsahu překladu, jazyku
    - Navázání spolupráce s **webdesignovými společnostmi:**
      - **COPYWRITING**
    - Celorepubliková působnost
  - **Softwarová lokalizace**
    - Specializovaná firemní klientela
    - Tisk + internet, direct-mailing (hlavně elektronicky)
    - Ceny v závislosti na rozsahu a odborném zaměření
    - Spolupráce se SW společnostmi
    - Celorepubliková působnost





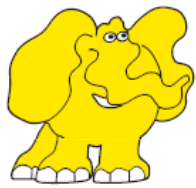
**Slune**  
Svět jazyků ...žádný jazyk není cizí

## Logo - Marketingová strategie IV.

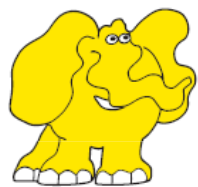
Slune  
Svět jazyků

Slune  
svět jazyků

Slune  
Svět jazyků



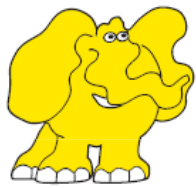
- Náklady na marketingovou komunikaci:
  - 2005: cca 790 000,- Kč
  - 2006: cca 1 000 000,- Kč
- **2007:**
- Propagace nového loga (motta) + zdůraznit růst společnosti, rozšiřování výukových prostor
- Prostředky na udržovací reklamu, dodatečné náklady na propagaci nových služeb v tisku (odborné časopisy), na internetových portálech (Google AdWords, Centrum.cz)
- Náklady na certifikaci, licence (ISO 9001:2000, Cambridge ESOL Examinations, Goethe Institut)



Aktivita	Cíl aktivity	Zodpovědná osoba	Začátek	Konec	Plánovaný rozpočet
Návrh nového loga	Změna vnímání značky	Marketingové oddělení	1.5.2007	31.5.2007	10 000,-
Nové služby	Rozšíření portfolia	Překladatelská agentura	1.5.2007	31.7.2007	75 000,-
Reklama v tisku	Zaujmout zákazníky	Marketingové oddělení	1.7.2007	31.12.2007	130 000,-
Internetová reklama	Zaujmout zákazníky	Marketingové oddělení	1.7.2007	31.12.2007	300 000,-
Propagační materiály	Zaujmout zákazníky	Marketingové oddělení	1.8.2007	31.12.2007	20 000,-
Certifikace	Záruka kvality	JŠ, PA	1.5.2007	30.6.2007	20 000,-
<b>Celkem</b>					<b>555 000,-</b>



Položka	Cena v Kč
Návrh nového loga	10 000,-
Nové služby	75 000,-
Reklama v tisku	130 000,-
Internetová reklama	300 000,-
Propagační materiály	20 000,-
Certifikace	20 000,-
Udržovací reklama	400 000,-
<b>Celkem</b>	<b>955 000,-</b>



- Vyhodnocování výsledků průběžně během kampaně za měsíce červenec – prosinec 2007 (1x za měsíc)
- Vypracování závěrečné práce o průběhu kampaně v lednu 2008
- Kritéria hodnocení:
  - celkový obrat,
  - obrat divize Překladatelská agentura,
  - tržby za nové služby,
  - vztah podílu obrátů jazykové výuky a překladů,
  - reference klientů.



Děkujeme za pozornost!