

## Zadání č. 5 – změna poměru výuky a překladů

Prezentace na příslušných seminářích v úterý 28.4.  
ve čtvrtek 30.4.

Prezentující (jednotlivec n. 1 z teamu) má povinnost odevzdat **PowerPointovou** prezentaci a dokument ve **Wordu**, který bude obsahovat komentář k jednotlivým slidům prezentace, v případě prezentování

na úterním semináři nejpozději v neděli 26.4. do 20:00  
na čtvrtečním semináři nejpozději v úterý 28.4. do 20:00

**do Odevzdáárny předmětu.**

Nesplnění této povinnosti bude bráno jako nesplnění požadavků připuštění ke zkoušce.

**Zadavatel: Slůně – svět jazyků**

Slůně má 2 divize:

- jazyková škola – která zajišťuje veškerou výuku cizích jazyků
- překladatelská a tlumočnická agentura – která zajišťuje překlady a tlumočení

**Slůně – svět jazyků** působí na trhu jazykových služeb již 11. rokem a to po celém území České republiky, s kamennými pobočkami v Ostravě, Brně, Praze a Plzni. Z těchto 4 měst se rekrutuje většina firemních klientů jazykových kurzů. Klienti překladů jsou především z Moravskoslezského kraje, Prahy, Jihomoravského kraje a pak rovnoměrně rozloženi po celé ČR.

Rozdíly v prodeji služeb jednotlivých divizí:

- jazyková škola:
  - o primárně obsluhuje region, ve kterém sídlí, především dané města – Ostravu, Brno, Prahu a Plzeň. Klienty v ostatních městech, kde Slůně nemá pobočky, firma obchodně neoslovuje. Přesto je schopna zajistit výuku i v městech, kde pobočky nemá. Toto se děje především pro celorepublikové klienty, které učíme ve více lokalitách.
  - o nejdůležitější je firemní klient, který tvoří cca 95 % obratu jazykové školy. Zbytek tvoří široká veřejnost – samoplátci.
  - o firemního klienta Slůně získává především osobním kontaktem a ve výběrových řízeních. Pokud klient podepíše smlouvu o výuce, většinou zůstává na delší časové období a objem odběru hodin v průběhu školního roku kolísá jen mírně.
  - o pokles poptávky v letních obdobích a kolem Vánoc, tzn. červenec, srpen a prosinec.
  - o pro prodej jazykových kurzů je důležité oslovit pracovníky na HR odděleních firem.
  - o prodej služeb je realizován na všech pobočkách.
- překladatelská agentura:

WWW.SLUNE.CZ

- obsluhuje klienty celé republiky. U jediné služby – soudní překlady – je nutný osobní nebo poštovní kontakt s klientem. U všech ostatních služeb probíhá komunikace elektronicky – emailem.
- nejdůležitější je firemní klient, který tvoří cca 95 % obratu překladatelské agentury. Zbytek tvoří široká veřejnost – samoplátci.
- klienta Slůně získává především přes firemní www stránky, direkt mailem a osobními schůzkami.
- při získání jednotlivé zakázky nemá firma jistotu dlouhodobé spolupráce ani stálého přílivu dalších překladů. Proto získávání nových a nových zakázek je pro toto oddělení velmi důležité. Taky objem odběrů u jednotlivých klientů velmi kolísá, tzn. běžně se stává, že klient odebere překlady v lednu za 100 tisíc, v únoru nic a v březnu za 10 tisíc. Toto je prakticky nepředvídatelné.
- v průběhu roku firma registruje menší kolísání odběrů služeb, především v době čerpání letních dovolených. Kolísání však zdaleka nedosahuje velikosti u jazykové školy.
- pro prodej překladů a tlumočení Slůně neví, koho ve firmě oslovit. Někdy o zadávání zakázky rozhoduje asistentka GŘ, někdy marketingový ředitel, někdy výrobní referent.
- prodej služeb je realizován na všech pobočkách, realizace zakázek probíhá centralizovaně v Ostravě a Praze.

### **Strategický cíl:**

Do konce roku 2011 dosáhnout poměru výuky a překladů 50 : 50

Obrat celé firmy za rok 2009 byl cca 31,5 miliónu korun. Poměr jednotlivých divizí však byl 70 : 30 ve prospěch jazykové školy. Tzn. jazyková škola generuje roční obrat cca 22 mil a překladatelská agentura generuje roční obrat „jen“ 9,5 mil.

Tento poměr není dobrý především z hlediska sezónnosti jazykové výuky. V létě nastává pokles výuky o cca 70% a celou firmu „živí“ jen překlady. Proto je pro Slůně strategicky velmi důležité, aby se poměr obou divizí dostal na rovnocenných 50 : 50.

Vývoj poměru výuky a překladů (První údaj je výuka, druhý překlady):

Do roku 2003 nesledováno.

2004 - 80 : 20

2005 - 80 : 20

2006 - 75 : 25

2007 - 72 : 28

2008 - 70 : 30

### **Rozpočet:**

Rozpočet na marketingovou komunikaci na rok 2009 je stanoven na cca 600 tisíc korun. Z toho je 100 tisíc korun věnováno na podporu Skype výuky. Zbývající část peněz je možno využít na splnění tohoto cíle. Je však třeba mít na paměti, že v případě vyčerpání celé částky nebude již možné realizovat v průběhu roku žádné další aktivity nesouvisející s naplněním tohoto cíle.

### **Částečná analýza prostředí:**

Firma se pohybuje na velmi konkurenčním trhu, kde se setkává s lokálními a celorepublikovými firmami - konkurenty.

**Sluně – svět jazyků** zaujímá dobré postavení v oblasti překladů a tlumočení, kde je jedničkou na trhu co do počtu překládaných jazyků – Sluně jich zvládá 103. (viz. seznam na [www.slune.cz](http://www.slune.cz)) Na trhu ale soupeří s firmami z celé republiky, protože 90 procent překladů se realizuje přes email, tzn. není nutná fyzická přítomnost dodavatele a odběratele služeb. Trh se jeví jako nasycený, kde nově vznikající firmy musí ukrojit z již rozděleného koláče překladatelských služeb. V současné celosvětové ekonomické situaci je cítit mírný pokles trhu – řádově 10-15%. Sluně je členem Asociace českých překladatelských agentur a do několika měsíců bude zavádět software pro počítačovou podporu překladů – TRADOS. Poslední novinkou je zavedení víkendových překladů – tzn. překlad Sluně převezme a zpracuje taky o víkendu.

V oblasti jazykové výuky se firma potýká s konkurencí lokální (v Ostravě cca 15 jazykových škol, v Brně cca 30 JŠ, v Praze cca 200 JŠ a v Plzni cca 15 JŠ) a dále konkurencí celorepublikovou – tzn. jazykových škol, kterou jsou schopny zabezpečit výuku ve více místech najednou pro jednoho klienta. Toto jsou většinou pražské jazykové školy. V oblasti výuky není cítit změna ve velikosti trhu. Odběratelé jazykových kurzů se více aktivně zajímají o dodavatele, jeho služby a komplexnost řešení. Sluně je členem Asociace jazykových škol a agentur České republiky. Poslední novinkou u jazykové školy je zavedení výuky přes Skype – tzn. výuku je možno realizovat odkudkoli.

Pro firmu jsou důležití především firemní zákazníci, nejlépe celorepublikoví, kteří zajišťují pravidelný příjem z firemní jazykové výuky.

**Sluně – svět jazyků** se stalo vítězem regionální soutěže Firma roku v MS kraji v roce 2008.

Podle výzkumů konkurence se **Sluně – svět jazyků** pohybuje ve středním cenovém pásmu, tzn. na trhu existují levnější, ale i dražší konkurenti. Dle interních výzkumů vyplývá, že levnější konkurence nenabízí srovnatelné služby (většinou poskytují nižší úroveň), cenově vyšší konkurence neposkytuje výrazně lepší služby.

**Sluně – svět jazyků** má za cíl být vnímána jako renomovaná jazyková společnost, která je schopna zajistit komplexní jazykové služby (jazykovou výuku, jazykový audit, vydávání certifikátů, překlady a tlumočení, vč. výjezdu do zahraničí) na prvořadě úrovni za dostupné ceny.

#### **Marketingová komunikace:**

Kolik peněz jde do marketingové komunikace? Údaje v tisících korun, za celou firmu.

rok 2005 – 790

rok 2006 – 1000

rok 2007 – 600

rok 2008 – 800

V roce 2008 firma zaměstnala marketingového pracovníka, který má za úkol rozvíjet marketingové aktivity firmy. V téže roce firma prodělala rebranding, zavedla 2 nové služby (víkendové překlady a Skype výuku) a vyhrála soutěž Firma roku 08 v MS kraji.

Marketingová komunikace byla postupem času odkloněna od celorepublikových a lokálních tištěných médií k větší komunikaci přes internet. Dále bylo založeno telemarketingové oddělení firmy, které má za úkol sjednávat potřebný počet obchodních schůzek za účelem osobní prezentace služeb firmy.

[WWW.SLUNE.CZ](http://WWW.SLUNE.CZ)

Dále firma v loňském roce začala komunikovat s novináři a vydávat vlastní tiskové zprávy, což mělo pozitivní dopad na citace v médiích, články o firmě a rozhovory s vedením firmy.

Propagace probíhá touto formou:

- internetová prezentace na [www.slune.cz](http://www.slune.cz)
- internetové vyhledávače – placené odkazy na [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz), [www.google.cz](http://www.google.cz), [www.centrum.cz](http://www.centrum.cz), a specializované odkazy na jazykovou výuku, např. [www.educity.cz](http://www.educity.cz), [www.jazykovky.cz](http://www.jazykovky.cz), [www.jazykove-skoly.cz](http://www.jazykove-skoly.cz), apod.
- cedule před našimi pobočkami v Ostravě, Brně a Plzni
- sponzoring plesů - poukaz jako výhra v tombole
- direct mailing –elektronicky,
- osobní schůzky.

Součástí marketingové komunikace je také soutěž o Notebook na [www.slune.cz/soutez](http://www.slune.cz/soutez).

Rozpočet na marketingovou komunikaci na rok 2009 je stanoven jak již bylo uvedeno výše na cca 600 tisíc korun, na rok 2010 předpokládáme navýšení na 800 tisíc korun.

---

Pro více informací o firmě doporučuji prostudovat následující stránky:  
[www.slune.cz](http://www.slune.cz), část „jazyková výuka“ a „překladatelská agentura“ a dále především:  
<http://www.slune.cz/informace-pro-media.htm>  
<http://www.slune.cz/firma-roku-2008.htm>

WWW.SLUNE.CZ

**SLŮNĚ - SVĚT JAZYKŮ, s.r.o.**

Kotkova 6/271, 703 00 Ostrava-Vitkovice, DIČ CZ25856995, společnost zapsaná v OR vedeném KOS v Ostravě v oddíle C, vložka č. 22332

**SLŮNĚ**  
svět jazyků

Pro zajímavost uvádíme vývoj log Slůněte.

První logo od vzniku firmy do listopadu 2003:



Druhé logo, používané od listopadu 2003 do léta 2008:



Logo současné, používané od srpna 2009:



Zadání zpracoval a zároveň kontaktní osobou pro doplňující info je:

Ing. Petr Pasek, ředitel

Email: [petr@slune.cz](mailto:petr@slune.cz)

Skype: petr.pasek

Při dotazech prosím o stručnost a konkrétnost. Na dotazy reaguji do 26. 3. Poté jsem 2 týdny mimo ČR bez přístupu na email. Děkuji.

V Ostravě, dne 15. 3. 2009

[WWW.SLUNE.CZ](http://WWW.SLUNE.CZ)

**SLŮNĚ - SVĚT JAZYKŮ, s.r.o.**

Kotkova 6/271, 703 00 Ostrava-Vitkovice, DIČ CZ25856995, společnost zapsaná v OR vedeném KOS v Ostravě v oddíle C, vložka č. 22332

**SLŮNĚ**  
svět jazyků