

Sprievodný dokument

Sluně – svět jazyků

S námi „... žádný jazyk není cizí!“

Vypracovali:

Petronela Darnadiová

Matúš Olbert

Dátum prezentácie: 5.5. 2009

Slide 2

Je predstavená štruktúra prezentácia, v ktorej sa na začiatku zameriame na analýzu prostredia, v ktorom jazyková škola a prekladateľská agentúra na českom trhu pohybuje. Následne sa pozrieme na naše navrhované marketingové stratégie.

Analýza prostredia

Slide 3 a 4

Mnohé dolu spomínané informácie nebudú na hodine prezentované z viacerých dôvodov. Na jednej strane sa s nimi mali študenti možnosť zoznámiť minulý týždeň v zadaní o zmene pomeru preklady: výučba jazykov. Študenti tiež boli vyzvaní zoznámiť sa s nám poskytnutým zadaním. Do prezentácie sme preto vybrali len tie najzákladnejšie informácie týkajúce sa zadávateľa. Tu by sme radi vyzdvihli najmä to, že firma bola v roku 2008 ocenená ako Firma roka 2009 v MS kraji a to z dôvodu zavedenia napr. práve Skype výučby, s čím súvisí aj množstvo PR článkov v mnohých celorepublikových médiách.

„Porota u nej ocenila ekonomické zdravie , stabilitu a tiež unikátnosť výučby jazykov prostredníctvom Skypu , teda cez počítač (Hospodářské noviny)“

- **motto : S námi „... žádný jazyk není cizí!“**
- na trhu od roku 1998 (v ostravskom byte, ponúkali aj au-pair pobyty – technicky však náročné)
- „challenge“ – r. 2000 – firemná zákazka od Českého Telecomu a spoločnosti GTS
- dnes medzi zákazníkmi napr. Ministerstvo vnútra ČR
- zakladatelia – absolventi ekonomickej vysokej školy Ing. Petr Pasek a Ing. Lucie Vlková
- akreditácia MŠMT (Ministerstva školství mládeže a tělovýchovy)
- obrat cca 30 mil. Kč

- členstvo : Asociace českých překladatelských agentur, Asociace jazykových škol a agentur ČR, Hospodářská komora ČR, Moravskoslezský automobilový klastr
- **2008 – rebranding (logo, web,...), víkendové preklady, Skype výuka atd’.**
- slon v názve ako zviera s najlepšou pamäťou, ľahko zapamätateľné
- súťaže – momentálne na webových stránkach o notebook
- centrála – **Ostrava** (popredná jazyková škola)
 - ďalšie pobočky – **Praha** (80% firemnej klientely), **Brno, Plzeň** (väčšia konkurencia)
 - **23 zamestnancov PPP, 250 lektor, 2500 prekladateľov a tlmočníkov**
- analýza ponuky - dve divízie:
 - *jazyková škola*
 - on-line databáza dochádzky
 - firemné kurzy – reakcia na krízu vo forme štátom dotovaných programov, kde je možné až 100% pokrytie mzdových nákladov štátom v čase výuky (až do výšky 24000 Kč/mesiac) + finančné prostriedky na samotnú výučbu
 - ide o programy:
 - "VZDĚLÁVEJ SE!",
 - "ŠKOLENÍ JE ŠANCE"
 - špecializované kurzy („šité na mieru“)
 - kurzy pre verejnosť – individuálne, skupinové
 - jazyková audit
 - letné pobytové kurzy a angličtina hrou pre deti
 - + **od tohto roku SKYPE VÝUKA – neúspešné zavedenie, i keď za túto aktivitu ocenenie firmy Vodafone Firma roka 2009 v MS kraji**
 - *prekladateľská agentúra*
 - 103 jazykov (vrátane exotických jazykov ako barmština, mongolština, nepálština či somálština) expresne (služba prekladov cez víkend), s grafickou úpravou
 - množstevné zľavy
 - všetky odbory
 - iné služby – tlmočenie, štylistické korektúry, profesionálny dabing alebo titulky k filmom pre privátne potreby, tlmočenie po telefóne atd’.
 - *positioning jazykovej školy*
 - má za cieľ byť vnímaná ako renomovaná jazyková spoločnosť ktorá je schopná zaistiť komplexné jazykové služby (na prvoradé úrovni za dostupné ceny
 - v budúcnosti plánuje preniknúť na slovenský trh (do 2- 3 rokov)

Slide 5

- **Výhody SKYPE výuky u Slůně**
 - šetrí čas (odpadá dojazdnosť do jazykovej školy, človek ušetrí časové prestoje v dopravných prostriedkoch a môže sa viac venovať rodine,...)

- flexibilita (učím sa kedykoľvek, keď mi to vyhovuje odkiaľkoľvek, kde je prístup na internet)
- filozofia výučby založená na maximálnom prispôsobení sa klientov – špecifikácia hodín klientom sa stáva samozrejmosťou
- vhodný doplnok ku jazykovému kurzu (precvičenie už nadobudnutých vedomostí)
- on-line rezervácia hodiny <http://www.skype-vyuka.cz/> (možno zrušiť do 24 hodín pred začiatkom) – lektor potvrdí hodinu + zašle materiály a inštrukcie na hodinu vopred
- hodiny sú zaznamenávané pomocou programu CALL GRAPH a možno sa k nim kedykoľvek vrátiť (zaznamenávanie na požiadanie klienta)
- zatiaľ „one to one“ výučba (plusom je anonymita pre ľudí, ktorí sa cítia nesvoji hovoriť pred inými)
- platím len za hodiny, na ktorých sa zúčastním (na klasických kurzoch platím za celý semester bez ohľadu na to, koľkých hodín sa v skutočnosti zúčastním)
- on-line overenie úrovni pred začiatkom výučby touto formou (nie je vhodné pre začiatočníkov, až od úrovne mierne pokročilí)
- možná výučba s „native speaker“ na druhom konci zeme
- podľa dopytu možné vyučovať cez SKYPE aj iné, menej tradičné jazyky
- možnosť využitia doplnkov Skype (Skype Extras) – lektor napíše slovíčko, ktoré som z počutia nerozumel,...

Slide 6

- **Cena:**
 - podmienkou pre klientov je objednávka minimálne 5 Skype hodín, pri čom 1 Skype hodina = 55 min. (z prieskumu pred spustením vyplynulo, že 55 min je ideálny čas pre človeka vnímať a prijímať nové informácie)
 - do minulého týždňa jazyková škola neponúkala skúšobnú hodinu v porovnaní s inými
 - od minulého týždňa skúšobná hodina za 300 Kč
 - **ČESKÝ LEKTOR**
5 - 10 Skype hodín = 399 Kč/1 Skype hodina
11 - 30 Skype hodín = 389 Kč/1 Skype hodina
31 Skype hodín a viac = 379 Kč/1 Skype hodina
 - **NATIVE SPEAKER**
5 - 10 Skype hodín = 499 Kč/1 Skype hodina
11 - 30 Skype hodín = 489 Kč/1 Skype hodina
31 Skype hodín a viac = 479 Kč/1 Skype hodina
- Ceny sú uvedené bez DPH.
- pri nákupe nad 30 hodín slúchadlá a príručka zdarma
 - pre zaujímavosť lektor z ceny získava cca 55- 60%

- lektori sú študenti alebo iní skúsení lektori

Slide7

- **lokalita výučby**
 - spočiatku sa vyučovalo len z Ostravy, kde na to bola prispôsobená učebňa, dnes sa učí aj v iných mestách, popr. je lektorom umožnené učiť z domu
- Skype výuka je vhodná najmä pre klientov, ktorí nechcú alebo nemôžu cestovať za výučbou, ktorí bývajú v oblastiach vzdialenejších od centra/ mesta, pre deti (nemusia cestovať v zime a za tmy, môžu sa vzdelávať pod rodičovským dozorom), pre časovo zaneprázdnených ľudí, pracujúcich v zahraničí, ľudí s obmedzenou pohyblivosťou, rekonvalescentov, ženy na MD a všetkých, čo sa chcú vzdelávať pohodlne, rýchlo a efektívne alebo sa individuálne pripravovať na jazykové skúšky
- **naše cieľové skupiny (ponechali sme ich)**
 - **prieskumy pred spustením ukázali:**
 - manažér, ktorý nechce strácať čas presunmi
 - žena na materskej
 - telesne handicapovaní
 - **po spustení sa ukázalo:**
 - manažér z malomesta, ktorý nechce strácať čas dochádzaním
 - žena na materskej dovolenke
 - študenti netradičných jazykov
 - Česi v zahraničí, ktorí sa nechcú učiť cudzí jazyk cez nematerský jazyk

Handicapovaní sa nepreukázali byť vhodnou cieľovou skupinou, pretože zväčša majú čas na to, aby sa učili jazyk ako samoukovia doma a navyše si z invalidného dôchodku, ak ho poberajú, zväčša nedokážu zaplatiť túto pomerne drahú službu. Ak sa však chcú učiť jazyk, zväčša pravdepodobne využijú služby nejakého študenta, ktorý je ochotný za ním prísť domov a pocit ľudskej blízkosti býva pre nich o to dôležitejší, keď žijú a starajú sa o seba sami, popr. sa izolujú od sveta. Tu má hodina skôr sociálny rozmer.

Slide 8

Ďalší slide pojednáva o súčasnom stave marketingovej podpory Skype výuky jazykovej školy. Informácie sme mali sprístupnené v samotnom zadaní, niektoré informácie sme zisťovali priamo od Ing. Petra Paseka či internetu.

- **www.slune.cz**
 - nedostatočnosti podpory nového produktu na stránkach sa ešte budeme venovať
- **PR články**
 - Profit, Trend Marketing, Hospodařské noviny, Pravda, Prosperita, PC Revue – zviditeľnenie vďaka oceneniu Firma roka 2009 v MS kraji
- **informovanie klientov oboch divízií osobným e-mailom**
- **každý klient oddelenia prekladov dostal zadarmo na skúšku jednu hodinu Skype výuky**
 - Zistili sme, že celkovo bolo poskytnutých 50 Skype hodín na skúšku, využilo len asi 4-5 ľudí, žiaľ sa jazyková škola nesnažila zistiť, prečo

nevyužili, resp, čo im (ne)vyhovovalo, už tu mohli získať potrebné informácie a raziť cestu tomuto produktu inak

- **inzeráty v brnenskom časopise Kult**
 - v súčasnosti sa jazyková škola odkláňa od inzerovania v printových médiách, pravdepodobne vzhľadom k ich finančnej nákladnosti a existencii iných účinnejších foriem cielenejšej formy oslovenia potencionálnych zákazníkov
 - pre objasnenie finančnej nákladnosti inzerovania- pol stránková reklama v najčítanejšom časopise pre rodičov v ČR Miminko stojí 59 000 Kč
- **plošná direkt-mailingová podpora**
 - v období od augusta 08 do súčasnosti 3 x rozposlaných cca 115 000 mailov (tieto direct- maily rozoslala externá firma Admass – asi 10 000 kontaktov bolo z databázy potencionálnych a aktívnych klientov jazykovej školy a prekladateľskej agentúry, ostatné kontakty z databázy Admass. Žiaľ sa nám nepodarilo získať a analyzovať podobu rozosielených direct - mailov)
- rozpočet na podporu Skype výuky v roku 2009 je 100 000 Kč

Slide 9

Tu sa pojednáva o súčasnej podobe propagácie Skype výuky. Informácie sú prebraté zo samotného zadania.

- internetová prezentácia na domovskej stránke www.slune.cz
- - internetové vyhľadávače
 - platené odkazy na www.seznam.cz, www.google.cz, www.centrum.cz, a špecializované odkazy na jazykovú výuku, napr. www.educity.cz, www.jazykovky.cz, www.jazykove-skoly.cz, apod.
- - cedule pred pobočkami v Ostrave, Brne a Plzni
- - sponzoring plesov - poukaz ako výhra v tombole
- - direct -mailing – elektronicky,
- - osobné schôdzky.

Slide 10- 13

Situačná analýza

Podľa štatistík ČSÚ dnes využíva asi 15% používateľov internet na „chatovanie“ a asi 23% k vzdelávaniu sa. Tieto fakty pri skutočnosti, že 42% domácností v ČR má pripojenie na internet predstavujú pre Skype výuku rastový potenciál do budúcnosti. Stále je to oproti západným krajinám malé percento.

Zo zadania vieme, že sa **Sluně** či už v divízii jazykovej školy alebo prekladateľskej agentúry pohybuje v pomerne konkurenčnom prostredí. V oblasti Skype výuky konkurenciu predstavujú len individuálni lektori, ktorí túto službu ponúkajú na „vlastné triko“. Žiadna veľká jazyková škola túto metódu výučbu neponúka.

Cenovo na trhu nájdeme konkurentov lacnejších, ale s nižšou kvalitou služieb a drahších, ktorý však neponúkajú neporovnateľnej lepšie služby. Takže **Slúně** pohybuje v strednom cenovom pásme.

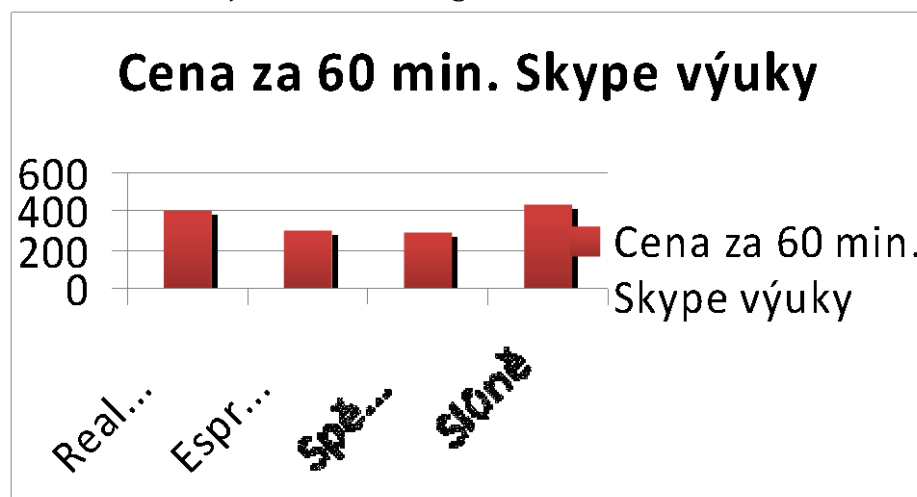
Ťažko povedať, kde je deliaca čiara medzi veľkou a malou jazykovou školou. Zistili sme, že touto metódou učia viaceré jazykové školy v ČR i SR (tu je táto služby naozaj ešte „v plienkach“). Navyiac možnosti učiť sa Aj cez Internet (aj cez Skype) existuje pomerne dosť. Pre samoukov s dostatkom času vyhľadávať si príležitosti na komunikáciu so svetom je táto metóda menej vhodná a zaujímavá.

- jazykové školy sa líšia v tom, či ponúkajú skúšobnú hodinu, ako je klientom umožnené platiť (u našej jazykovej školy prevodom na BÚ, poštovou poukážkou, nie však platobnou kartou), množstvom hodín, ktoré si klient musí predplatiť (u Real English 10 po 45 min) a samozrejme cenou ako vidíme nižšie
- jazykové školy, ktoré Skype výuku ponúkajú a ceny bez DPH za hodinu (prepočítané na porovnateľných 60 min):

- **Real English** (300Kč/45min , tj. 400/60)
- **Esprogress** (300Kč/60min)
- **Spěváček** (349Kč/60min, tj. 290Kč/60min)
 - pre individuálnych záujemcov je cena 349Kč/60min už s DPH, pre firmy je cena bez DPH
- **Slúně** (399Kč/55min, tj. cca 435Kč/60min)
 - ceny sú bez DPH, základná sazba s českým lektorom

Niektoré slovenské portáli zamerané na Skype výuku prichádzajú s nižšími cenami pre mamičky na materskej dovolenke a handicapovaných.

Porovnanie cien je znázornené v grafe:



Ako sme už načrtli netreba podceňovať ani slovenské jazykové školy či individuálnych lektorov, ktorý ponúkajú Skype výuku nezastrešene pod jazykovou školou.

Zdroj: <http://www.jazykonline.sk>, kde má klient možnosť vybrať si z lektorov, ktorí vyučujú jednotlivé jazyky! (nielen AJ). Každý má na stránke svoj profil, kde získal skúsenosti s vyučovaným jazykom, kedy je k výučbe k dispozícii a samozrejme cenu, ktorá

je pre každého lektora nastavená diferencovane. Dole vidíme ako to na stránke približne vyzerá:

Anglický jazyk	cena/45 min.
Wesley Calloway - NATIVE SPEAKER	od 11.99 € (361.20 Sk *)
Bc. Mária Jagdvirthová	od 9.96 € (300.10 Sk *)
Justin - NATIVE SPEAKER	od 15.90 € (479.00 Sk *)
Easy School	od 9.86 € (297.00 Sk *)
Eva Mešková	od 9.63 € (290.10 Sk *)
Mgr. Margita Bartošíková	od 9.96 € (300.10 Sk *)
Mgr. Stanislava Vrbíková	od 11.62 € (350.10 Sk *)

Taliansky jazyk	cena/45 min.
Martina Duchoňová	od 10.95 € (329.90 Sk *)
Mgr. Stanislava Vrbíková	od 11.62 € (350.10 Sk *)

Nemecký jazyk	cena/45 min.
Mgr. Eva Köck	od 9.50 € (286.20 Sk *)
Ing. Lea Horváthová	od 9.96 € (300.10 Sk *)
Easy School	od 9.86 € (297.00 Sk *)
Mgr. Lucia Madáčová	od 9.63 € (290.10 Sk *)
Mgr. Stanislava Vrbíková	od 11.62 € (350.10 Sk *)

Francúzky jazyk	cena/45 min.
Mgr. Margita Bartošíková	od 9.96 € (300.10 Sk *)

Maďarský jazyk	cena/45 min.
Ing. Lea Horváthová	od 9.96 € (300.10 Sk *)

prepočítané konverzným kurzom 1 € = 30,1260 Sk

Z internetu sme tiež prebrali tabuľku, kde vidíme rozdiel v cene medzi jazykovou školou a individuálnym lektorom. Koho si klient vyberie, závisí už len na ňom. Jazykové školy predstavujú predsa len akúsi záruku kvality ponúkaných služieb.

Počet lekcií	Cena/lekce	Celkem
4	300 Kč	1 200 Kč
8	275 Kč	2 200 Kč
16	250 Kč	4 000 Kč

Lekce trvá 50 minut.

Zdroj: www.skypeanglictina.cz

Tiež by sme mali spomenúť, že na samotnej stránke Skype existuje Skype community zameraná na English chat, kde si ľudia z celého sveta vymieňajú kontakty, aby mohli medzi sebou

komunikovať cez Skype. Výhodou je, že hoci sa človek nerozpráva s profesionálom, môže spoznať nových ľudí a kultúry a navyše má túto službu zadarmo. Avšak pre naše cieľové skupiny, ktoré hľadajú profesionálov, táto forma nie je úplne najvyhovujúcejšia. Stále je však dostupná pre iné segmenty (nudiači sa študenti a pod.)

Slide 14 – 17

Ďalej sa budeme zaoberať SWOT analýzou. Mnohé veci sme už spomínali. SWOT analýza predstavuje teda výstup našej analýzy prostredia. Tie pre nás najpodstatnejšie body sú spomenuté aj v prezentácii.

Strenghts

- *skúsenosti a renomé*
- *tradícia jazykovej školy*
- *dôležitú úlohu hrajú referencie (tie jazyková škola má)*
- *kvalita za rozumnú cenu*
- *stále miesto na trhu, ktoré jazykovej škole nedovoľuje zamestnať nekvalifikovaných a neschopných lektorov, čo sa môže stať problémom pri individuálnych kurzoch cez Skype, kde záruku kvality klient nemá*
- *profesionalita výučby*
- *relevancia k vyhľadaným výsledkom na Google (po zadaní skype výuka ako prvý odkaz)*
- *možnosť študovať odkiaľkoľvek k kvalitným prístupom na internet*
- *časová úspora (úspora na cestovnom do jazykovej školy)*
- *flexibilita produktu (rezervačný systém a pod.)*
- *komplexnosť riešenia (doplnok na písanie,...)*
- *špecifikácia obsahu hodiny a prispôsobenie sa klientovi*
- *Slůně má nepopierateľne konkurenčnú výhodu aj vďaka oceneniu Firma roku*
- *nahrávky hodín*
- *materiály zasielané vopred*
- **Weaknesses**
 - *nižšia úroveň prenášaného obrazu, oneskorený hlas*
 - *nutný vysokorýchlostný internet (webcam výhodou)*
 - *vyššia cena za hodinu oproti tradičným individuálnym kurzom či konkurencii (cena je pri zavedení produktu dôležitá, i keď treba myslieť aj na to, že vyššia cena by mala signalizovať aj vyššiu kvalitu, popr. by klienti mali jasne vidieť benefity a komfortnosť, ktorá im vyplýva z toho, že si vybrali práve Slůně, pri odlíšení hrajú rolu drobnosti)*
 - *vyššia cena oproti konkurencii*
 - *nedostatočná propagácia na webovej stránke*
 - *neprehľadné webové stránky*
 - *konkurencia zaviedla rovnaký produkt a ponúka širšie spektrum služieb a zdarma (skúšobná hodina zdarma, k nej slůchadlá, príručka ako na Skype atď.)*

- *zatiaľ sa vyučuje len AJ*
- **Opportunities**
 - *nová do budúcnosti perspektívna služba na trhu*
 - *potenciál u mladej generácie*
 - *výučba nových najmä menej tradičných jazykov (chorvátčina, fínčina, švédčina, ...) a tiež možnosť rozšírenia stáleho portfólia o bežná jazyky ak NJ, FJ, ŠJ*
 - *získanie „native speakerov“ z krajín pôvodu v prípade nemožnosti nájsť adekvátneho lektora ČR*
 - *20% z používateľov internetu ho príležitostne používa ako prostriedok na telefonovanie (nie je im táto možnosť úplne cudzia)*
 - *môže predstavovať príjemný konverzačný doplnok k samovýučbe či dokonca klasickým jazykovým kurzom*
 - *špecifikácia obsahu otvára dvere aj pre iné cieľové skupiny (napr. ľudia, ktorí sa pripravujú cez leto na certifikát z AJ, ale nemajú možnosť do jazykovej školy dochádzať, lebo je na druhom konci republiky a pod.)*
 - *one-to- two (or more)*
- **Threats**
 - *averzia voči aplikácii Skype a väčšia obľúbenosť iných komunikačných nástrojov*
 - *pomerne ľahká dostupnosť materiálov v angličtine pre samoukov na internete (BBC, www.englishtips.org a pod.)*
 - *zatiaľ len 42% domácností má pripojenie na internet*
 - *ľudia pri výučbe jazykov uprednostňujú osobný kontakt pred kontaktom cez počítač*
 - *finančná kríza a následná neistota spotrebiteľov spôsobujúca zníženie výdavkov, čo začína najmä v prekladateľskej divízii pociťovať aj Sluně (firemní klienti najmä z oblasti automobilového priemyslu)*
 - *English chat v Skype community, kde si ľudia vymieňajú kontakty s native speakers*

Marketingový mix

Slide 18

- **naším cieľom je**
 - *zpäťnásobiť objednávky Skype výuky (z 2 na 10/mesiac)*
 - *s rozpočtom 100 000 Kč celoplošne do konca roka 2009*
- **cieľové skupiny** (už spomínané – prevažne vyplynuli po spustení)
 - *študenti menej tradičných jazykov*
 - *Česi zdržiavajúci sa v zahraničí*
 - *časovo vyťažení manažéri*
 - *ženy na materskej dovolenke*

- stávajúci zákazníci jazykovej školy (firemní)
- bohatí cestujúci
- príp. široká verejnosť a študenti sa pripravujúci na certifikát

Slide 19

Marketingové stratégie

- zlepšenie internetovej prezentácie Skype výuky
- zavedenie skúšobnej hodiny zdarma a akciových cien počas letných prázdnin
- internetová kampaň
- inzercia v časopise Gran Pendolino
- prezentační maskoti v nákupných centrách
- prezentácia Skype výuky súčasným firemným klientom, manažéri
- „Povedzte o nás svojim známym“, „Daruj Skype výuku svojmu blízkemu“

Na širokú verejnosť a všetky spomínané cieľové skupiny sa orientujeme v stratégiách číslo 1. – 3., 7.

Na mamičky na materskej dovolenke – 5.

Súčasní firemní klienti a časovo vyťažení manažéri – 6.

Bohatí cestujúci – 4.

Česi v zahraničí – 3.

Slide 20

Akčný program

1. zlepšenie internetovej prezentácie Skype výuky

- súčasná verzia stránky
 - nedostatočný akcent na Skype výuku na hlavnej stránke
 - cez Google sa ku Skype výuke u našej jazykovej školy prekliká záujemca rýchlo, ale adekvátne informácie nie sú dostatočne komunikované (malé krok k vylepšeniu pri aktualizácii vzhľadu a čiastočne obsahu minulý týždeň)
 - hrozba ľahkej prehliadnuteľnosti novinky (do minulého týždňa nebolo odkaz na hlavnej stránke ani klikateľný a potencionálnemu klientovi trvalo dlho, kým našiel, čo hľadal) - zaniká medzi ponukou ostatných ponúkaných služieb
 - fádny a zle čitateľný design stránky
 - informačná strohosť
 - podstránka Skype výuky – komunikované informácie o službe sú strohé – cenník, výhody, rady vo forme pdf dokumentov (nie veľmi užívateľsky prívetivé riešenie a nič, čo by **Slúňe** pri ponuke novej služby na trhu odlíšilo)

- chýbajú informácie o vyučovaných jazykoch, typoch kurzov
- žiadny dôraz na spomínanú filozofiu špecifikácie hodín
- nespomenutá možnosť on-line rezervácie
- nekomunikovaná možnosť zabezpečiť lektorov menej tradičných jazykov
- doména *skype-vyuka.cz* slúžiaca len ako rezervačný systém
- tu možno nájsť potenciál zamerania sa na inej doméne len na túto službu
- dizajn stránky (sivý font malej veľkosti na bielom podklade) neprispieva k dobrej čitateľnosti údajov

Slide 21

- súčasná podoba hlavnej stránky

Slide 22

- zameriame sa na využiteľný potenciál, ktorý má už vytvorená doména *skype-vyuka.cz* slúžiaca v súčasnosti len ako rezervačný systém
- doména by mala byť riešená jednoducho, prehľadne, ale zároveň by mala budiť dojem, že jazyková škola nechce nijaké dôležité informácie o poskytovaní tejto služby zatajiť. Malo by tiež byť vidno, že jazyková škola nezaviedla službu Skype výuku len z rozmaru, ale má snahu využiť potenciál, ktorý tu je (ak v budúcnosti príde niekto s tou istou službou, ale komfortnejším riešením pre klienta, klient si vyberie konkurenta). V súčasnom svete sa „obchodovateľnom komoditou“ stáva stále viac a viac čas, prečo teda nekomunikovať ľuďom: „*V dnešnej dobe všetci šetria...Prečo nešetriť časom?!*“(a navyše, keď ponúkame komfortné a komplexné riešenie).
- navrhované zmeny
 - priamy odkaz na Skype výuku na hlavnej stránke (od minulého týždňa nastala však zmena)
 - zastrešenie prezentácie služby pod doménu *skype-vyuka.cz* (vytvorenie komplexného portálu o Skype výuke na stránke *skype-vyuka.cz* – dobrá pozícia vo výsledkoch vyhľadávania) – komplexnosťou riešenia by sa odlišila od iných jazykových škôl, lebo ponúka ešte väčší komfort pre klienta
 - klient tu nájde:
 - vyučované jazyky
 - AJ
 - stále portfólio by malo byť rozšírené o iné bežné jazyky
 - objednávkový formulár

- veľmi dôležité je, aby tu bola pri objednaní možnosť, kde sa ľudia vyjadria, kde sa o Skype výuke dozvedeli, lebo ako neskôr uvádzame je s tým spojená zľava (mamičky, cestujúci v Pendoline, od známeho, kde práve meno známeho indikuje, komu má jazyková škola poskytnúť zľavu za privedenie nového zákazníka)
- rezervačný formulár(on-line rezervácie hodín)
- ponuku služieb
 - nutnosť už sa zamerať a podčiarknuť špecifikovateľnosť hodiny – konverzácia i gramatika, pracovný pohovor, telefonický rozhovor, príprava na jazykové certifikáty, ekonomická či právnická angličtina či iný jazyk,... (jednotlivým ponukám môžu byť vytvorené a venované samostatné sekcie – napr. for businessmen, for mother on their maternity leave, certificate preparing, for microgroups, špecifikované jazyky a pod.)
- cenník
- informácie ku skúšobnej hodine zdarma
 - ako prebieha, koľko trvá, čo sa na nej rieši,...
- profily lektorov
 - predstavenie lektorov neformálnejším štýlom s fotkami, praxou, jazykovými skúsenosťami, certifikátmi, dobou, kedy sú k výuke k dispozícii
 - klient si môže vybrať lektora, ktorý mu vyhovuje
 - napr. študentku ekonómie a pod.
- FAQ
 - napr. Čo potrebujem k výučbe cez Skype?, Ako môžem za službu platiť? Môžem si sám vybrať lektora? a pod.
- diskusie a referencie ohľadne Skype výuky
 - najlepším marketingovým nástrojom sú pozitívne referencie od klientov
- inštrukcie „Ako to celé funguje?“
 - názorné ukážky ako napr. urobiť rezerváciu hodiny
 - priamy odkaz k stiahnutiu Skype aplikácie a užívateľská príručka
 - prezentačné video približujúce reálny priebeh výučby („Nie je to také zložité, ako sa zdá...“)
- odkazy na edukačné stránky (www.bbc.co.uk a pod.)
 - „staráme sa o Vás aj mimo platených hodín“
- anketa spojená so súťažou (o poukážky)

- otázky typu – Aké jazyky Vám chýbajú v našom portfóliu? Kde ste sa o našej službe dozvedeli? Prečo ste sa práve vy rozhodli pre Skype výuku? a pod.
- motivujem ľudí, ktorý sa dostanú na našu stránku ku zodpovedaniu dotazníka, ktorý vedie k tomu, že si zisťujem o potencionálnych zákazníkoch informácie, prečo by sa na túto formu výučby ne/dali
- platobná brána pre platby platobnými kartami (najlepšie iba platby zo zahraničia, keďže si banky za túto služby strhávajú niekoľko %)
 - zvýšenie užívateľského komfortu
 - okamžitá realizácia platby – možnosť začať s výukou už dnes
- možnosť do budúcnosti uplatnenia webovej „úschovne“
 - miesto, kde bude lektor zasielať (uploading) materiály na hodiny, kam budú klientom prichádzať od jazykovej školy newsletter-e s novinkami, vernostnými zľavami, kde sa bude ukladať automaticky nahratá hodina klienta, ktorú si bude môcť vo forme mp3 stiahnuť do vlastného PC a kedykoľvek sa k preberanej látke vrátiť
 - už teraz majú klienti svoj vlastný login k rezervácii hodín, ktorý by v budúcnosti mohol slúžiť k prístupu k oveľa širším možnostiam, ktoré ponúka jazyková škola
- anglická verzia stránky – potenciál oslovenia zahraničnej klientely s porovnateľnou kvalitou s konkurenčnými zahraničnými jazykovými školami, ale nižšími cenami
- dizajn portálu by bol odlišný od dizajnu stránky slune.cz, ale pridržal by sa prvkov firemného dizajnu.
- odkaz na túto doménu by sa nachádzal priamo na hlavnej stránke vo forme animovaného banneru
- prehľadnosť, jasnosť a dostatočnosť informácií na novej doméne je prvoradá aj z dôvodu, že sa v našich letákoch, inzercii a platených odkazoch odkazujeme na bližšie informácie na skype-vyuka.cz
 - využívame marketingové nástroje k upútaniu, vzbudeniu záujmu o službu – ak už niekoho služba zaujme, znamená to, že zvažuje jej objednanie a už len na jazykovej škole závisí ako komunikuje výhody a ako sa stará o komfort klienta (vid vyššie možnosti stránky)

Slide 23

2. zavedenie skúšobnej hodiny zdarma, akciové ceny počas lety (špecifické Skype kurzy)

- **skúšobná hodina zdarma**
- dorovnanie ponuky konkurencie, využitie ako marketingového nástroja
- možnosť „ohmatania“ a zoznámenie sa s produktom
 - prekonanie nedôvery v novú technicky náročnejšiu formu výučby
 - vyjasnenie si očakávaní a potrieb klienta
 - zoznámenie sa s lektorom
- skrátená hodina (cca 30 min)
 - účelom je, aby sa klient zoznámil s touto formou, a keďže lektor musí byť zaplatený, je to aj pre neho motivácia v 30 min svojím prístupom zaujať, nájsť možnosti špecifikácie hodiny a dohodnúť sa s klientom na ďalšej už platenej hodine
 - zníženie nákladov súvisiacich s jej poskytovaním
- zodpovedanie dotazníka
 - vyplní ho každý po skúšobnej hodine, či sa chystá službu využívať aj naďalej alebo nie a prečo?
 - zaberie max 10 min a je akousi protislužbu za poskytnutie nášho lektora k výučbe
 - Slúňe tak má možnosť zistiť, čo by klienti uvítali, popr. ako sú spokojní s výkonom lektora
 - Otázky typu - čo Vás viedlo k vyskúšaniam služieb našej firmy?, Aký názor máte na naše webové stránky?, Uvítali by ste zavedenie aj iných softwarových riešení ako je Skype?, Aké jazyky by ste uvítali v portfóliu Skype výuky?
 - bude slúžiť ako kontrola lektorov a zároveň pre určenie ďalšieho smerovania poskytovania služby Skype výuka
- **akciové zníženie ceny počas letných mesiacov**
 - v snahe znížiť prepád príjmov jazykovej školy a prekonať obdobie, kedy sú ľudia na dovolenkách prichádzame k špecifickou možnosťou
 - konverzačný kurz - „**manuál pre dovolenkárov**“
 - ako si objednať jedlo v reštaurácií, spýtať sa na cestu, nácvik rôznych situácií prispôsobených danej krajine, popr. možnosť viesť Skype hodiny s „native speaker“ z danej krajiny (tu by však bola cena oproti bežnému kurzu z pochopiteľných dôvodov vyššia)
 - praktické precvičenie si najčastejších situácií, s ktorými sa na dovolenke stretávame
 - druhou možnosťou je kurz „**aj cez leto k certifikátu o krok bližšie**“, keďže mnohé certifikáty majú termíny práve na jeseň, čo by napr. študenti zo SR (ako ja) mohli cez prázdniny využiť ku konverzácii s profesionálnym lektorom (na spôsob skúšky *Speaking* v CAE) v pohodlí svojho domu
 - ponuka lekcí so zľavou 20% - podporiť predaj počas „uhorkovej sezóny“

3. Našou ďalšou marketingovou stratégiou je **posilnená internetová kampaň**, ktorá má potenciál zasiahnuť naše cieľové skupiny.

- PPC reklama pomocou Etarget a Facebook Ads
 - kontextové odkazy na českých portáloch (idnes.cz, ihned.cz,...)
 - cielenosť
 - flexibilita
 - presná merateľnosť
 - kontrola výdavkov
- Facebook
 - vytvorenie verejného profilu naFB
 - 300 000 registrovaných užívateľov z ČR
 - 44% užívateľov medzi 21 a 25 rokmi
- výmena „barter“ bannerov
 - www.english-online.cz
 - www.anglictina-on-line.cz

Reklamná kampaň na internete

- pokračovanie vo firemnom trende odklonu od printovej reklamy k internetovej reklame
- **založená na PPC(Pay Per Clic) systéme Etarget a Facebook Ads.**
 - oslovenie presne zacielenej skupiny zákazníkov pomocou definovania kľúčových slov
 - reklama sa zobrazuje pri článkoch, ktoré tematicky súvisia s inzerovaným produktom» väčšia šanca, že reklama čitateľa zasiahne
 - forma kontextových odkazov na českých portáloch (idnes.cz, ihned.cz, ...),
 - využitie novinky – textová reklama s obrázkom
 - neplatí sa za zobrazenie reklamy, ale až za kliknutie - možnosť stanovenia nákladov na 1 deň
 - pri ETARGET
 - reklama sa zobrazuje zdarma a platíte až vtedy, keď sa niekto rozhodne prejsť na Vašu stránku a klikne na Váš reklamný odkaz. Takto nemusíte platiť za užívateľov, ktorí síce Vašu reklamu videli, ale nezaujala ich natoľko, aby na ňu klikli (! nie platba za zobrazenie na stránke, ale klik)
 - vstupná fixná investícia min. 2000 Kč bez DPH
 - reklama sa začne zobrazovať hneď po platbe min. vkladu
 - z kreditu sa pri kliknutí odčíta cena kliku
 - možnosť zobrazovania až na vyše 1200 českých portáloch
 - cena kliku sa dá nastaviť, je závislá na popularite zadávaného kľúčového slova
 - možnosť flexibilne meniť reklamu počas kampane
- **Facebook**
 - vytvorenie profilu – využitie ako bezplatný komunikačný kanál
 - informovanie o novinkách prostredníctvom nástienky

- vytváranie udalostí – napr. začiatok zápisu do kurzov
- umiestnenie fotiek a videí – napr. fotky z jazykových pobytov
- využitie faktu, že aktualizácie stavu sa zobrazujú všetkým fanúšikom
- profil by propagoval všetky služby firmy nielen Skype výuku
- druhou formou sú spomínané Facebook Ads sú cielené reklamy na FB (zobrazujú sa pri kliknutí na Profile, či nejakom teste, prezeraní fotiek a pod.), ktoré sa zobrazujú podľa zadaných demografických parametrov:
 - Location
 - Age
 - Gender
 - Keywords
 - Education
 - Workplace
 - Relationship Status
 - Relationship interests
 - Languages

Tu by sme sa zamerali na ľudí, ktorý majú vyplnený jazyk čeština a pri tom sú mimo ČR a SR - cez Workplace alebo Current Location (samozrejme by sa parametre dali nastaviť rôzne podľa potreby a v zohľadnení k tomu, že naozaj treba cieľovať skupiny, ktorú to má možnosť zaujať). Samozrejme by na stránke k tomu mala byť prezentovaná možnosť učiť sa cez Skype nielen AJ, ale napr. dnes stále viac sa rozširujúcu ruštinu či španielčinu.

Výhodou tejto formy je, že samotní zadávateľ môže sledovať, kto na jeho odkaz kliká (real-tracking) a kedykoľvek môže reklamné odkazy stiahnuť, popr. upraviť targeting, ak zistí, že cieľovanie nefunguje ako si želá. S tým teda súvisia pomerne nízke náklady. Samozrejme, kontrolou pre jazykovú školu je potom to, koľko ľudí zadalo, že sa o tejto forme dozvedelo z FB.

Facebook Ads fungujú podobne ako ETARGET. FAQ k téme na <http://www.facebook.com/help.php?page=409#Bidding%20and%20Budgeting>.

- **barter bannery**
 - umiestnenie na stránke skype-vyuka.cz
 - princíp – banner za banner – bannner Skype výuky umiestnený na stránkach english-online.cz, anglictina-on-line.cz a mnohé iné je bezplatné

Slide 25

4. **prezentační maskoti v nákupných centrách**

- cieľová skupina - ženy na rodičovskej dovolenke
- realizácia prostredníctvom platených brigádnikov
 - prezentační maskoti: brigádnici najímaní prostredníctvom pracovných agentúr
 - kostým by mal slúžiť ako prostriedok na zaujatie pozornosti a taktiež ako identifikačný znak firmy

- pozostával by z masky na tvár spolu so slúchadlami a mikrofónom (symbol telefonovania) a trička s reklamnou potlačou vo firemných farbách
- oblečení v kostýmoch slona » zaujatie pozornosti detí
- úlohou brigádnikov bude aktívne, ale pritom nevtieravo oslovovať
- potenciálne zákazníčky a predstavovať Skype výuku ako výborný spôsob
- výučby jazykov počas rodičovskej dovolenky » napr. mamička nechce prísť o svoju plynulú angličtinu, tak si zaplatí konverzačné hodiny
- snaha nadviazať rozhovor a bližšie predstaviť Skype výuku
- rozdávanie informačných letákov
- primárne situovaní v blízkosti detských kútikov, kde je väčší pohyb rodičov s deťmi
- počas víkendov – fenomén celodenných rodinných výletov do nákupných centier

Slide 26– 27

5. inzercia v časopise Grand Pendolino

- cieľová skupina
 - bohatí cestujúci, často manažéri uprednostňujúci pomerne drahú alternatívu komfortného riešenie dopravy medzi Prahou, Brnom, Bratislavou, Viedňou či novšie i Ostravou (sedí k umiestneniu našich kamenných pobočiek, v budúcnosti má trasa viesť až do Nemecka, je tu potenciál oslovenia aj zahraničnej klientely)
- vlak
 - vlak je reklamné médium, ktoré má časovú výhodu na vnímanie reklamy – prijímateľ reklamy nie je rozptyľovaný okolitými vplyvmi a je väčšia šanca, že ho reklamné zdedenie zasiahne
 - ideálne miesto na vnímanie a čítanie reklamných informácií
 - dostatok času venovať sa prezentovaným informáciám a premýšľať nad nimi priamo v dopravnom prostriedku
- čo komunikujeme v inzeráte:
 - nadviažeme na komfort, ktorého si práve užívajú vo vlaku
 - ponúkžeme podobné komfortné a čo najkomplexnejšie riešenie výuky jazykov (nielen Aj)
 - podčiarkneme možnosť špecifikácie obsahu hodín
 - ponúkžeme možnosť zľavy napr. 10% zo služby, ak v objednávkovom formulári uvedú, že sa dozvedeli o nás z inzercie v Grand Pendoline
 - odkážeme pre viac informácií na plánovane od 31.5. novú doménu skype-výuka.cz a samostatnú sekciu „for businessmen“

- GRAND PENDOLINO je magazín moderného cestovania, zameraný na propagáciu železničnej osobnej dopravy a ďalších druhov ekologicky prijateľnej dopravy, cestovania, turistiky a s tým súvisiacich tém. Prináša prehľad benefitov cestovania po železnici so zameraním na vlaky najvyššej kvality. Predstavuje cestujúcim nové produkty a služby, ktoré môžu využiť pred, v priebehu i po ceste vlakom. Oslovuje významnú cieľovú skupinu cestujúcich využívajúcich najkvalitnejšie služby ČD.
- Vydavateľom je spoločnosť Grand Princ. Časopis je zdarma distribuovaný vo vlakoch SC Pendolino, v železničných stánkoch a v čakárňach ČD LOUNGE. Vychádza mesačne v náklade 30 000 výtlačkov. Viac informácií nájdete na www.grandpendolino.com
- ukážka obálky magazínu



Technické parametre

- Periodicita: mesačník
- Formát: čistý po orezu (105 x 210 mm), zrkadlo (86 x 185 mm)
- Rozsah: 48 + 4 str. obálky
- Farebnosť: 4/4
- Papier: blok 65g LWC, obálka 135g krieda lesk
- Väzba: V1 - šitá na dve skobky
- Náklad: minimálne 30 000 výtlačkov
- Distribúcia: celoštátna

Následne uvádzame tabuľku stiahnutú zo stránky

<http://www.grandpendolino.com/default.asp?page=cenik>. V Našej stratégii počítame s jedným umiestnením 1/3 stranovej reklamy s prirážkou 10%, aby bol umiestnený na redakčnej strane a nie sa stratil medzi ostatnými inzerátmi. Samozrejme, ak sa jazykovej škole táto forma preukáže, môže si frekvenciu umiestňovania inzerátu a jeho formu prispôbiť. Napríklad môže zvoliť väčší formát a prezentovať sa komplexne (jazyková škola vrátane Skype výuky a prekladateľská agentúra).

Formát	1 otištní
Celá strana	47 000
2/1 strany	89 000
2. strana ob.	54 000

Formát	1 otištění
3. strana ob.	51 000
4. strana ob.	59 000
2/3 strany	34 000
1/2 strany	26 000
1/3 strany	17 000
1/4 strany	14 000

- Výše uvedené ceny neobsahují 19% DPH
Přirážka za umístění na redakční straně 10 %
- Umiestnenie nie veľmi vhodné počas letných prázdnin, preto zvolený september 28.8. – 2.10., kedy vychádza nové číslo (prvý dátum je uzávierka čísla a druhý je dátum, kedy vychádza). Ak by sa táto stratégia chcela využiť skôr, teda už v júni, museli by stihnúť uzávierku do 18.6. ale ešte skôr 14.5.
 - 06/2009 14.5.2009 29.5.2009 ešte nevyšlo
 - 07/2009 18.6.2009 3.7.2009 ešte nevyšlo
 - 08/2009 16.7.2009 31.7.2009 ešte nevyšlo
 - 09/2009 13.8.2009 28.8.2009 ešte nevyšlo
 - 10/2009 17.9.2009 2.10.2009 ešte nevyšlo

Slide 28

6. prezentácia Skype výuky súčasným firemným zákazníkom, manažéri

- ako doplnok k firemným kurzom, popr. ako možnosť „Daj si hodinu medzi prácou“
- lektori sú vyzývaní na skupinových firemných kurzoch prezentovať možnosť Skype výuky, ktorá je vhodnou formou pre jednotlivcov zapracovať na svojich slabých miestach či už v gramatike alebo v konverzácii a udržovať sa tak na alebo dokonca nad úrovňou kolegov v práci
 - Skype výuka ako možnosť hlbšieho individuálneho prebratia látky s lektorom (pradpokladá sa, ale nemusí to tak byť, že klient bude chcieť k Skype výuke lektora, s ktorým má už skúsenosť z firemného kurzu)
- jazyková škola by na druhej strane mala pokračovať v direct mailing-u
 - zameranie na konverzačné kurzy (najmä Business English) pre manažérov a pod.
 - praktická slovná zásoba, konverzácie zamerané na obor, v ktorom sa manažér pohybuje a pod.
 - kurzy by vyučovali skúsení študenti, najlepšie ekonomickej fakulty (napr. ESF)
 - čo by bolo komunikované v direct- maile – niečo v zmysle:
 - Poznáte to aj vy? Časová tieseň... čaká Vás papierovanie do noci? Zapchaté mesto? Na jazykovku nestíhate?! Zajtra máte uzatvoriť dôležitý kontrakt so zahraničím či dohodnúť objednávku? Máme pre Vás riešenie! Učte sa cudzí jazyk v pohodlí Vašej kancelárie s nami ☺

- v mail-e by mohlo byť pár užitočných ekonomických fráz ako ukážka, čo sa môže naučiť
- tiež jazyková škola by mala myslieť aj na poskytnutie vernostných zliav
 - zľava pri využívaní viacerých služieb
 - „dcéra k nám chodí do jazykovej školy, ocko využíva výhody Skype výuky“
 - klient navštevuje firemný kurz a cvičí aj v rámci Skypu výuky

Slide 29

7. „Povedzte o nás známym“, „Darujte Skype výuku svojmu blízkemu“

- túto stratégiu predstavujeme pre jazykovú školu ako využiteľnú možnosť do budúcnosti a poukaz na to, že s konceptom Skype výuky sa dá pomerne dosť pracovať a najdôležitejšie je vystihnúť aktuálne požiadavky trhu, nielen cieľových skupín, ktoré sa už objavili (treba hrať na city potencionálnych klientov)
- tieto stratégie sú zamerané na širokú verejnosť a stálych spokojných klientov
- „Povedzte o nás známym“
 - týka sa len Skype výuky, spojené so zľavou napr. 10% na Skype hodinu či zo školného, ak nám nový klient potvrdí v objednávkovom formulári, že sa o nás dozvedel o toho či onoho známeho, ktorý je našim klientom (aj z inej divízie, napr. k nám chodí do jazykovej školy)

Slide 30

- „Darujte Skype výuku svojmu blízkemu“
 - nápad by bol prezentovaný či už na hlavnej stránke ale najmä na doméne skype-vyuka.cz, kde Slúňe ponúkne možnosť presne pre blízkeho nadefinovať počet hodín a ich zameranie (5, 10, 15, 20 a pod.)
 - dar by mal teda formu poukážky, kde by bol napísaný počet hodín (akási forma permanentky) a odkaz na zodpovednú osobu či našu stránku
 - prakticky obdarovaný môže hneď po rezervovaní a potvrdení hodiny začať so svojou prvou Skype hodinou
 - možnosťou je zavedenie zliav pre túto formy podpory predajov Skype výuky
 - v predvianočnom čase tieto poukážky môžu byť na stránke prezentované ako vhodný darček napr. pre dcéru maturantku, ktorej v čase najťažších a časovo náročných príprav na maturitu a príprav na VŠ padne vhod nechodiť na jazykovú školu ale v pohodlí domova absolvovať napr. konverzačný kurz orientovaný na jednotlivé maturitné témy (myslím, že taká snaha rodičov bude len cenená)
 - pri tejto stratégii nepočítame s konkrétnymi nákladmi, lebo jazyková škola už poukážka má (sponzoríng plesov), ale teda využíva ich inak

- informovaní o tejto milej možnosti darovať balík Skype hodín alebo o možnosti „Povedzte o nás svojmu známemu“ by mohli byť súčasní i potencionálni klienti prostredníctvom webu, popr. v spomínaných direct – mailoch (náklady sú už teda sčasti zahrnuté inde)

Stratégia do budúcnosti – One- to- two (or more) výuka

Radi by sme ešte dodali, že treba do budúcnosti zvažovať a zároveň klientom na stránkach komunikovať možnosť vytvorenia mikroskupín na rovnakej jazykovej úrovni, ktoré by spájali prostredníctvom konferenčných hovorov samotný lektor. Vytvorenie týchto skupín by bolo čisto v kompetencii klientov a samozrejme cena by sa s rastúcim množstvom účastníkov znižovala. Neodporúčali by sme samozrejme počet účastníkov viac ako 3, pretože tu sa už komunikácia bez očného kontaktu stáva zložitou, ťažkopádnu a hodina neprehľadnou. Napriek tomu táto možnosť by mala byť klientom ponúknutá.

Napr. mamička chce, aby sa jej dcérky učili po španielsky, ale nemá auto, aby ich vozila do a z jazykovej školy a nechce, aby večer po kurze chodili neskoro samé domov autobusom. Ak sú jazykovo na rovnakej úrovni, môžu pri hodine sedieť pri jednom PC a učiť sa takto spolu s lektorom na druhej strane. Popr. túto možnosť môžu využiť aj dve mamičky-kamarátky na materskej dovolenke či kolegovia z práce a pod. Ten potenciál tu je a ťažko povedať, pre koho môže byť takáto forma užitočná. Od Ing. Paseka vieme, že technicky problém s tým nie je, takže nič nebráni túto možnosť prezentovať na stránkach. Človek, ktorý takúto možnosť hľadá (spojiť pohodlie, šetrenie času a cestovného a navyše za bezkonkurenčnú cenu napr. pri 2 účastníkoch by každý platil 60% z ceny hodiny) si ju v ponuke nájde, ak bude poskytnutá a rád ju využije.

Slide 31

Akčný program v prehľadnej tabuľke (spolu plánované výdaje cca 100 000Kč)

- zmena stránky skype-vyuka.cz – realizácia prostredníctvom externej firmy
 - obsah v kompetencii zamestnancov jazykovej školy, majiteľov i marketingového pracovníka
- skúšobná hodina zdarma – náklady na platy lektorov (cca 100 – 120 Kč/skúšobná hodina)
 - predpoklad cca 7 hodín zdarma za mesiac
 - s daným rozpočtom pokryjeme cca 45 zdarma Skype hodín (cca 6-7 mesiacov – do konca kalendárneho roka)
- inzercia v Gran Pendoline – 14 000 + 10% prirážka = 15 400Kč bez DPH /jedno mesačné vydanie
- internetová kampaň – náklady na reklamu realizovanú prostredníctvom Etarget a Facebook Ads
- maskoti v nákupných centrách – náklady na mzdy brigádnikov, kostýmy, letáky a poplatky nákupným centrám
- náklady sú naozaj len orientačné, pretože náklady na niektoré služby sa nepodarilo zistiť –, poplatky nákupným centrám za možnosť prezentovať sa

Systém merania a kontroly

- mesačné vyhodnocovanie počtu objednávok
 - vyhodnocovanie zodpovedaných dotazníkov
 - dotazníky zo skúšobných hodín
 - dotazníky a ankety na webových stránkach či v objednávkovom formulári (kde alebo od koho ste sa od nás dozvedeli?)
 - vyhodnocovanie výkonnosti PPC reklamy
 - CTR (miera prekliku)
 - náklady na jedného návštevníka, na jednu objednávku
 - ankety na internetových stránkach
-
- PPC reklama: CTR (Click-through rate) - pomer počtu preklikov k počtu zobrazení reklamy
 - Click rate (%) = počet preklikov na reklamu / počet zobrazení reklamy * 100
 - preklik je kliknutie na reklamu, ktoré užívateľa dovedie až na cieľovú stránku.
 - klik znamená skutočne iba kliknutie na reklamu
-
- vyhodnocovanie nákladov na jedného návštevníka webu, na jednu objednávku
 - už spomínané dotazníky a ankety:
 - otázky typu - Splnila Skype výuka Vaše očakávania?, Ako by ste ohodnotili prístup lektora?, Odporučili by ste Skype výuku aj Vaším známym?, ...