



Jazyková škola Slunce

Ondřej Kozina, Alena Geržová



Průběh prezentace

- Popis produktu
- Analýza prostředí
- Kreativní strategie
- Komunikační strategie
- Mediální strategie
- Vyhodnocení kampaně

Produkt

- **Jednodenní jazykový kurz úzce zaměřený na určité téma, např:**
 - Společenská konverzace
 - Společenské situace
 - Obchodní korespondence
 - Obchodní jednání
 - Telefonování atd.

- **Jazyky výuky:**
 - Angličtina
 - Němčina
 - Ruština

Produkt

■ **Dostupnost:**

- Ostrava
- Brno
- Praha
- Plzeň

■ **Technické detaily:**

- 4-10 studentů na seminář
- Cena 2.100,- Kč za seminář

■ **Cíle:**

- Zvýšení návštěvnosti

Analýza prostředí

■ **V ČR působí více jak:**

- 11 jazykových škol s právem státní jazykové zkoušky
- 300-400 jazykových škol (odhad)
- 1500-2000 soukromých lektorů (odhad)

Vývoj jazykového vzdělávání v krizi

- Mnoho jazykových škol zaniká
- Menší i větší školy se brání krizi slučováním
- Zájem ze strany firemní klientely silně klesá
- Firmy dávají přednost manažerskému vzdělávání s okamžitým výsledkem před jazykovým vzděláváním
- Zájem ze strany veřejnosti se drží díky snaze občanů o zvyšování své ceny na trhu práce a tím i zvyšování svých šancí na dobře placenou pozici

Vývoj jazykového vzdělávání v krizi

- Mnoho firem využívá projektů „Vzdělávejte se“ a „Školení je šance“ k dočasnému snížení nákladů na zaměstnance
- Tyto projekty jsou financovány z fondů EU
- Některé jazykové školy nabízejí firmám pomoc při čerpání z těchto projektů při využití jejich služeb
- Projektu „Školení je šance“ byl 11.9.2009 zastaven příjem žádostí
- U projektu „Vzdělávejte se“ je maximální výše nákladů na 1 zaměstnance u jazykového vzdělávání 70Kč/hod – nedá se tedy uplatnit jako zdroj financování cíleného produktu

Cílová skupina

- Dosud to byli zaměstnanci různých firem
- I nadále bude cíleno na business klientelu
- Navíc se budeme snažit působit i na potencionální business klientelu – lidé dočasně bez práce

Kreativní strategie


- Oslovíme cílovou skupinu novým sloganem obsahujícím metaforu na jméno firmy (pro jednodušší zapamatování) a zdůrazníme pozitiva našeho produktu.

- Slogan: **Jazyková škola Slunce**

**-
Vaše opora v cizojazyčném vzdělávání**

- „**Chcete se z průměrného, šedého sluněte stát nedobytným jazykovým slonem?**

Využijte naší nabídky specializovaných 1- denních seminářů.“

- 
- Naše semináře jsou zaměřeny na zlepšení a upevnění komunikačních dovedností a jsou vysoce specializovány na použití v zaměstnání a případně i v přijímacích pohovorech.
 - Růst konkurenceschopnosti a hodnoty na trhu práce.
 - Mají velkou užitnou hodnotu, o čemž svědčí velmi pozitivní reference současných klientů na tyto semináře.

Komunikační strategie - nástroje

■ Reklama

- Bannery na idnes.cz
- Textová reklama na google.com
- SEO

■ PR

- Skype HelpLine pro stávající klienty

■ Direct Marketing

- Oslovení bývalých klientů a potencionálních zákazníků nabídkovým letákem

Reklama

■ Idnes.cz

- Animovaný banner velikosti 300x60 px umístěný na člancích z rubriky Ekonomika nebo Finance**
- Zobrazení 1 z 5
- Cena:** 32.900 – garantováno 200.000 zobrazení
- Doba trvání:** týden; efekt do 3 týdnů

■ Google.com

- Reklama při vyhledávání na google.com**
- Klíčová slova: obchodní jazykový kurz, specializovaný obchodní kurz, angličtina, němčina, ruština
- Cena:** průměrně 10Kč klíčové slovo (otevření reklamy); Suma 30.000 Kč
- Doba trvání:** 3000 zobrazení reklamy – odhad cca 3 týdny
- Efekt do měsíce

■ SEO – Search Engine Optimization

- **Optimalizace při vyhledávání ve webových vyhledávačích**
- Klíčová slova: jazyková škola, jazykový kurz, jazykový seminář, angličtina, němčina, ruština
- V tuto chvíli se jazyková škola Sluně nezobrazuje ani do 30. stránky výsledků! (seznam.cz;google.com)
- Po optimalizaci by se měla držet vždy na první stránce vyhledávání
- **Cena:**cca. 3000Kč na měsíc, **délka:** min. 6 měsíců
- Efekt dlouhodobý

Public Relations

■ Skype HelpLine

- **Zřízení účtu na Skype – HelpLine pro současné klienty**
- V případě, že si klient nebude s něčím jistý (např. Při psaní obchodní korespondence) nebo bude potřebovat okamžitou radu, má možnost využít Skype helpline, na které mu bude zodpovězeno správné řešení
- **Cena:** není stanovena, vyšší zátěž na současné lektory – v době svého volna budou odpovídat na dotazy
- **Doba trvání:** 6 měsíců do vyhodnocení
- Efekt dlouhodobý

Direct Marketing

- **Cílené zasílání nabídkových letáků formou dopisů do různých podniků**
- **Doba trvání – instatní; efekt cca do měsíce**
- **Cena: 15.000Kč – 1000 ks letáků**

Mediální strategie

- Zaměříme se převážně na internet, rozpočet 100.000 Kč nedovoluje perspektivní reklamu v jiných médiích
- Oslovit co největší počet klientů
- Start kampaně – po novém roce

Vyhodnocení

- Při jakémkoliv přihlášení na kurz (přes internet či telefonicky nebo osobně) bude daná osoba dotazována na to, odkud se o jazykové škole Sluně dozvěděla – z těchto odpovědí pak budeme schopni určit úspěšnost jednotlivých nástrojů (přestože některé jsou koncipovány jako krátkodobé a některé jako dlouhodobé)

Zdroje

- *Český statistický úřad : Tabulka jazykových škol* [online]. [cit. 2009-23-10]. Dostupný z WWW:
<[http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/00004456D0/\\$File/33010927.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/00004456D0/$File/33010927.pdf)>.