



Činnost Než zazvoní

Kromě výzkumné, komunikační a veřejně osvětové činnosti se Než zazvoní věnuje také školení a konzultacím v oblasti náboru a marketingu pro školy.

Pořádáme veřejná a individuální školení v délce zpravidla 4-5 vyučovacích hodin. Školení doporučujeme absolvovat dle uvedeného pořadí a vcelku. Témata lze navštěvovat i separátně dle zájmu nebo je zkrátit, slučovat, případně prodloužit. Po školení jsou lektori vždy k dispozici na konzultaci aktuálních otázek školy. Školení jsou interaktivní, účastníci dostanou zpravidla domácí přípravu a na školení je předpokládána aktivita účastníků.

Vedle školení vedeme konzultace, ať už se jedná o jednotlivé úkoly, které se školou lektor vypracuje a připraví (plán kampaně, materiály, web, emaily, google analytics, den otevřených dveří, grafika, výzkumy, data management, rozpočet, prezentace na ZŠ) a nebo převeze roli průvodce náboru, kdy se lektor školy věnuje pravidelně a s týmem se setkává a dbá na plnění programu kampaně a úkolů.

Přehled tematických bloků školení a konzultací marketingu Než zazvoní

Plná škola	• Marketing na středních a základních školách Marketing a jeho uplatnění v praxi, komunikační kanály, produkt vs. marketing produktu. • V kůži zákazníka Cyklus studenta, pohledem zákazníka – rodičů a žáka. Jak a kdy se o čem žáci a rodiče rozhodují, kdy se formují myšlenky a kdy a jak je dobré na rodiče a žáky působit. • Chce to plán kampaně Plán kampaně – příklady z praxe a použití na středních a základních školách. • Workshop: desatero mé školy Jak určit silné stránky své školy, aby byly relevantní pro uchazeče.
Štěstí přeje připraveným školám	• Kde najdeme naše potenciální žáky? Ukážeme si, jak využít interaktivní mapy, seznam základních škol a data o vašich současných studentech k co nejlepšímu cílení na konkrétní základní školy, a tím pádem k co nejefektivnějšímu vedení náborové kampaně. • Jak na výchovné poradce? Jak výchovní poradci vnímají náborové aktivity škol? Co výchovní poradci vítají a co je naopak obtěžuje. • Funkční tištěné materiály Jak by měla vypadat brožurka? Co by mělo být na plakátu? Jaké jsou zásady pro správné přijetí informací z tištěných materiálů? Jak má vypadat brožurka, aby obsahovala to důležité ve formě stravitelné pro deváťáky. • Naše škola, náš tým, náš plán Spousta úkolů, které je třeba rozvrhnout. Řekneme si, jak vhodně zapojit jednotlivé členy náborového týmu, ale i současné studenty. Příklady z korporátní praxe nejsou jen klišé.

Den otevřených srdcí	• Jak na Den otevřených dveří přivést co nejvíce uchazečů a rodičů? • Jaké marketingové kanály jsou k dispozici? • Precizní Den otevřených dveří – nepodceňte detaily. • Tipy na vylepšení, tipy od konkurence. • Jak vytěžit kontakty ze dne otevřených dveří a další cenné informace? • Tvorba dotazníku na DOD a jeho vyhodnocení.
Data, nejlepší přítel marketéra	• K čemu jsou data v kampani směrem k uchazečům dobrá? • Kvantitativní výzkum a dotazníky. • Kvalitativní výzkum. • Jak na tvorbu dotazníku – workshop. • Součástí školení je i jednoduchý pracovní sešit.
Internetový marketing pro Vaši školu	• Najdou návštěvníci, co hledají? Základní audit použitelnosti webu. • Tisíce e-mailů během pár minut. E-mailový marketing pro Vaši školu. • Zasáhněte uživatele, když Vás hledají. PPC reklamy ve vyhledávačích (Google, Seznam). • Všechny děti tam jsou a my ne! Facebook a další sociální sítě. • Co lidi dělají na mém webu? Díky Google Analytics můžete vidět, kdo chodí k Vám na web, co si prohlíží, jak tam je dlouho a další informace.
Přihláška je teprve začátek	• Rozpor mezi chováním škol a uchazečů – přihláška je často teprve začátek a k usednutí žáka do lavice je ještě kus cesty – proč tomu tak je a proces v „hlavě uchazeče“. • Povinné minimum od přihlášky po usednutí ve školních lavicích, co nesmíte za žádných okoností v komunikaci opomenout. • Nástroje a praktické ukázky – práce a aktivní zapojení nových žáků, sběr dat, SMSky, emailový marketing, direct call a vybrané prvky internetového marketingu.

Ceny, místa a termíny školení a konzultací

Než zazvoní doporučuje účast více lidí z jedné školy na školení, včetně účasti vedení školy. Ze zkušenosti jsou takto nabyté poznatky nejefektivněji uváděny do praxe. Než zazvoní jde školám naproti a kromě veřejných školení pořádá především školení přímo na školách.

Cena pro jednoho účastníka veřejného školení je 1.890 Kč. Cena za první individuální školení pro 3 osoby + ředitele školy je 5.890 Kč (+ mírné navýšení v případě geograficky těžko dostupné oblasti a nutnosti noclehu apod.)

Další školení a školení do 10 osob jsou pak jednotlivě nabízena v ceně 8.790 Kč. Sadu šesti školení lze také objednat celkem za 36.890 Kč, bez omezení počtu účastníků. Pro objednání celé sady je možno se rozhodnout po absolvování prvního školení, kdy posléze platí ta levnější celková kombinace cen.

Konzultace jsou nabízeny v ceně 650 – 950 Kč / hod. dle konzultanta, tématu, intenzity a dostupnosti.

Termíny, jiné kombinace a ceny dohodou, snažíme se vyjít vstříc dle aktuálních možností školy. [Napište nám](#) pro další informace nebo se přihlaste na aktuální termíny školení na www.nezzazvoni.cz.