



Jaký stánek chtějí devátáci na veletrhu středních škol?

Rychlý průzkum občanského sdružení Než zazvoní

27. listopadu 2013





Průzkum mezi návštěvníky veletrhu Schola Pragensis

Rychlý orientační průzkum je reakcí o. s. Než zazvoní na dotazy přicházející ze středních škol ohledně ideální podoby veletržního stánku. Průzkum byl zaměřen na názory nejčastějších návštěvníků veletrhů středních škol – žáků 8. a 9. tříd ZŠ. Respondenti na každém navštíveném stánku strávili průměrně 3,7 minuty. Na celém veletrhu asi 2,6 hodiny. Zhruba tedy navštívili kolem 30 až 40 stánků. To je dost na to, aby mohli poskytnout zajímavé postřehy.

Výsledky rychlého průzkumu tedy mohou sloužit středním školám jako zdroj podnětů a nápadů k organizaci stánku na veletrhu, jeho fyzické podobě i obsahové náplni.

Hlavní zjištění: Jak by měl stánek obecně vypadat?

- **Vzbuzuje zvědavost na první pohled.**
- **Poskytuje časový i fyzický prostor pro neformální povídání se studenty, učiteli a absolventy školy.**
- **Lidé na stánku jsou oblečeni běžně až sportovně, nikoli seriózně nebo výstředně.**
- **Jsou přítomni studenti ochotní mluvit s návštěvníky a schopní poskytovat „neoficiální“ informace především o:**
 - **atmosféře ve škole,**
 - **přístupu učitelů ke studentům,**
 - **náročnosti studia,**
 - **vybavení školy.**
- **Jsou přítomni učitelé ochotní zodpovídat individuální dotazy především na „oficiální“ informace o:**
 - **vyučovaných oborech,**
 - **uplatnění absolventů,**
 - **počtech absolventů přijatých na vysoké školy**
 - **náplni studia v jednotlivých oborech.**
- **Obsahuje zábavnou formu prezentace školy – ochutnávku, pokusy, zvířata apod.**



Metodika

Rychlý průzkum proběhl formou ankety, které se zúčastnilo 60 žáků ZŠ – návštěvníků veletrhu Schola Pragensis 2013.

Metodou sběru byl dotazník realizovaný ústním dotazováním (kvůli lepší kontrole porozumění otázkám). Dotazování bylo provedeno 22. listopadu v dopoledních i odpoledních hodinách na veletrhu Schola Pragensis.

Kontakt

Studii vypracovalo občanské sdružení Než zazvoní, které se věnuje poradenství středním školám.

Mgr. Ing. Richard Malovič, Mgr. Petr Soukeník, Mgr. Pavel Šíma, Mgr. Tereza Havlíková

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

Kontakt pro média

Mgr. Petr Soukeník

soukenik@nezzazvoni.cz

777 002 674

Co zaujalo

To, co na různých stáncích respondenty zaujalo, lze rozdělit do 4 hlavních kategorií:

- Na stánku se dělo něco nápadného, co zaujme (pokusy, divadlo, judo, zvířata apod.).
- Informace o škole byly podány uceleně, hodně podrobně a byly zodpovězeny individuální dotazy.
- Studenti na stáncích byli milí, ochotní k rozhovoru a měli mezi sebou dobré vztahy.
- Škola umně prezentovala svá „nej“ – tzn. zahraniční výjezdy, špičkové laboratoře, nadstandartní výuka jazyků apod.

Tyto 4 kategorie jsou podnětem pro střední školy – co by jejich stánek mohl zahrnovat tak, aby lépe zaujal a aby si ho návštěvníci zapamatovali.

Co chybělo

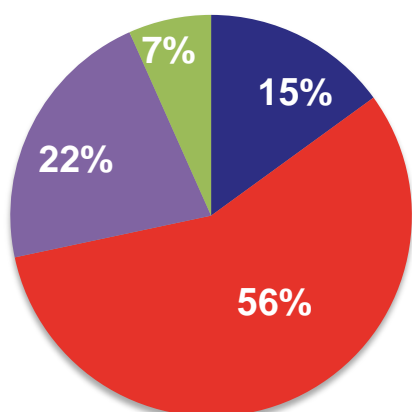
Při vytváření stánku – jeho fyzické i obsahové podoby – by nemělo chybět (jde o položky, které respondenti nejčastěji zmiňovali v odpovědích na otázku, co na stáncích chybí):

- Jídlo, pití.
- Fotky ze škol.
- Zábava.
- Možnost si sednout, židle.
- Aktivní zájem o uchazeče.
- Informace o škole.

Jaký stánek chtějí žáci ZŠ

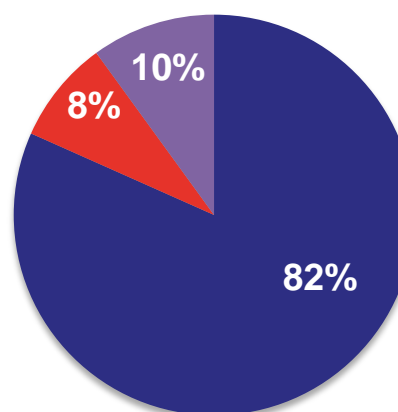
Obecně se příliš nelišili odpovědi zájemců o různé střední školy. Stánek by podle nadpoloviční většiny respondentů měl **na první pohled** především vzbuzovat zvědavost. **Přítomni** by na stánku měli určitě být studenti školy – pro 82 % respondentů jsou to právě oni, s kým nejradši mluví.

Jak by měl stánek na první pohled působit?
(N=60)



- Měla by tam být hlavně zábava.
- Měl by vzbuzovat zvědavost.
- Měl by působit seriózně a organizovaně.
- Jiná odpověď.

S kým je pro Vás nejpříjemnější mluvit na veletržním stánku?
(N=60)

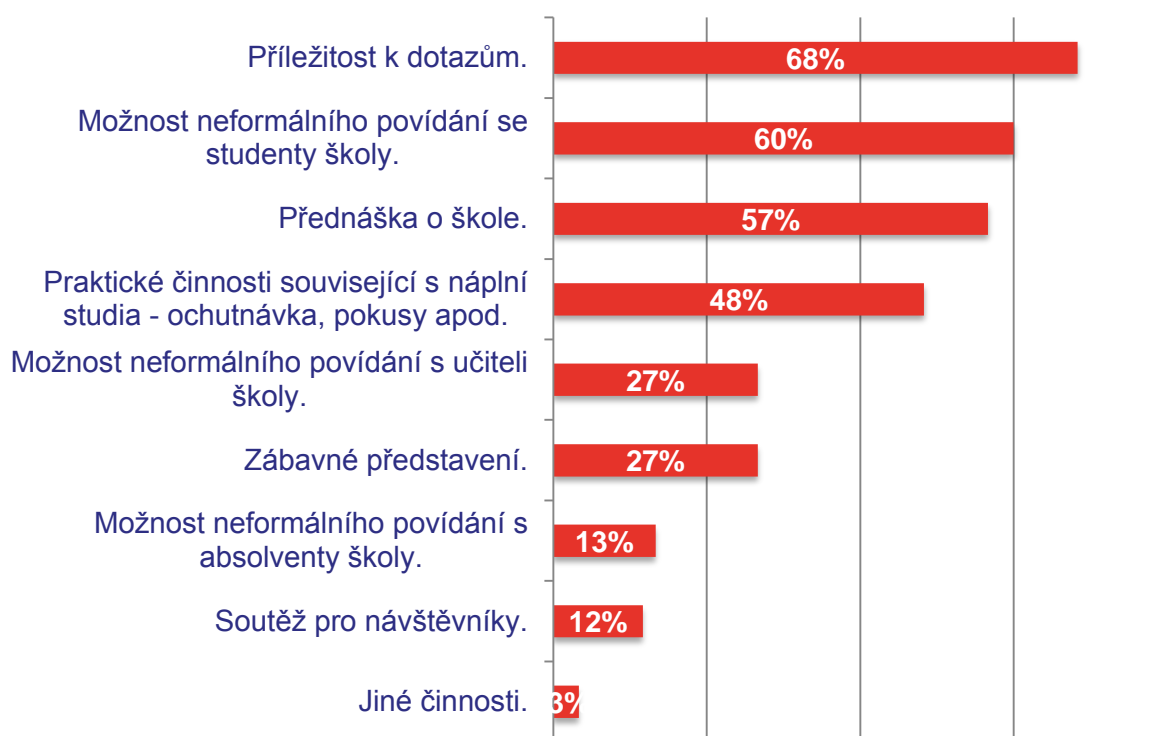


- Se studenty školy.
- S absolventy školy.
- S učiteli školy.

Co se týče **oblečení**, opět se příliš neliší hlavní preference podle typu školy - podle respondentů by měli lidé na stánku být oblečení "normálně" (tzn. např. v džínách a tričku). Mezi zájemci o gymnázium se objevilo poměrně dost těch, kteří chtěli, aby byli lidé oblečení seriózně a mezi zájemci o SOŠ zase byla poměrně větší preference výstředního oblečení, případně masek.

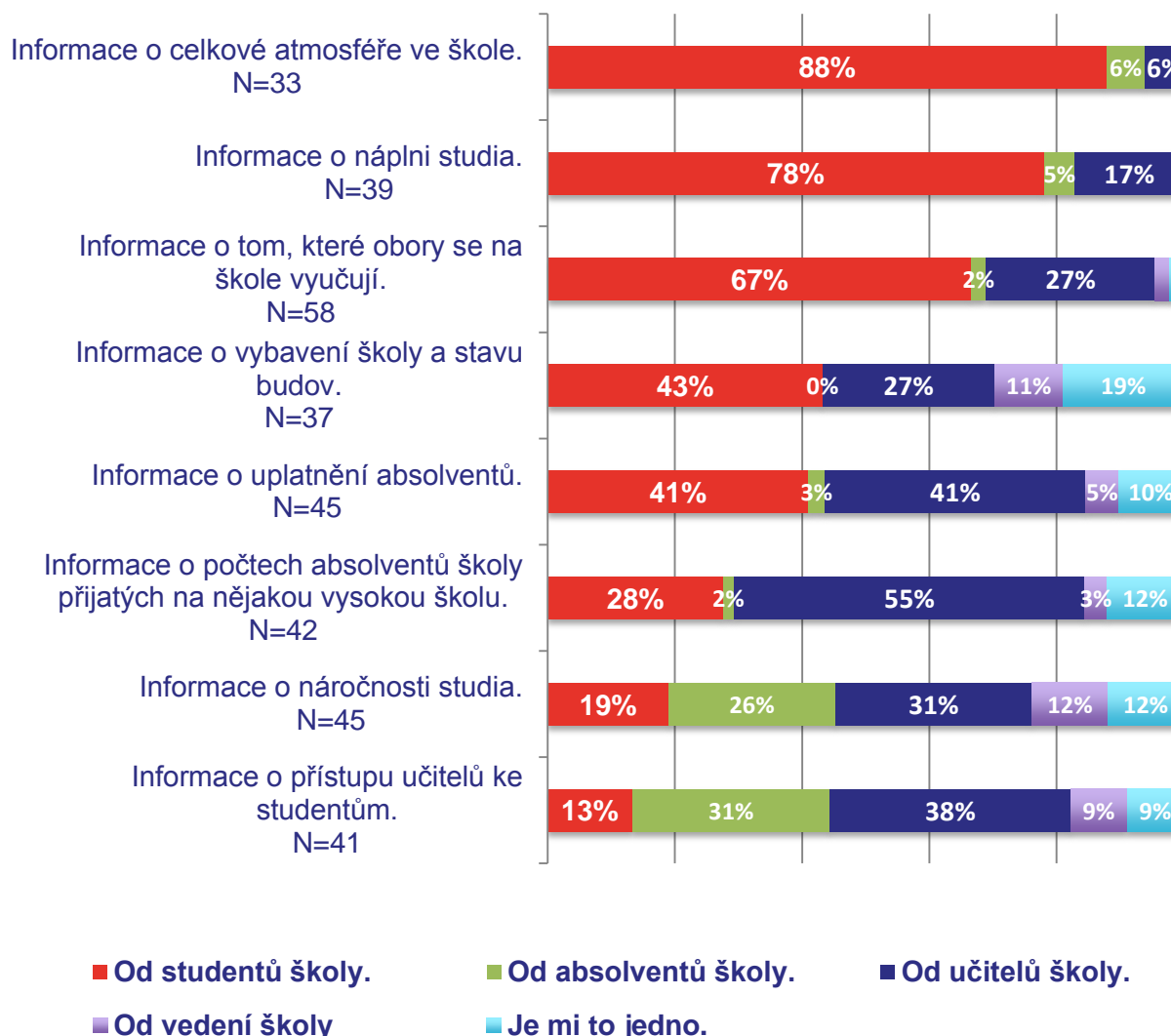
Podle odpovědí respondentů chtějí žáci využít především jedinečnou možnost získat odpovědi na své vlastní dotazy – z toho, **co by se na stánku mělo dít**, vybírali zejména příležitost k dotazům a možnost neformálního povídání se studenty a s učiteli. Respondenti příliš nevyžadovali akce jako zábavná představení nebo soutěže.

Které akce by určitě měly být na veletržním stánku? (N=60, více možných odpovědí)



Celkově měli respondenti největší **zájem o tyto informace**: informace o vyučovaných oborech, o uplatnění absolventů, o náplni studia a o počtech absolventů přijatých na vysokou školu, o atmosféře ve škole, o náročnosti studia, o přístupu učitelů ke studentům a o vybavení školy.

Od koho chtějí žáci získávat nejžádanější typy informací?



Respondenti tedy na stáncích chtějí zjistit jak **oficiální informace** (o vyučovaných oborech, uplatnění absolventů, náplni studia a o počtech absolventů přijatých na vysokou školu), tak **informace neoficiální** (o atmosféře ve škole, náročnosti studia, přístupu učitelů ke studentům a vybavení). Oficiální informace chtějí od učitelů - kromě náplně studia, o které chtěli slyšet i od studentů. Neoficiální informace většina z nich chce získat od studentů. Dále však dost stojí i o spíše neoficiální informace od studentů - jako informace o přístupu učitelů ke studentům, vybavení školy, celkové atmosféře ve škole a náročnosti studia.

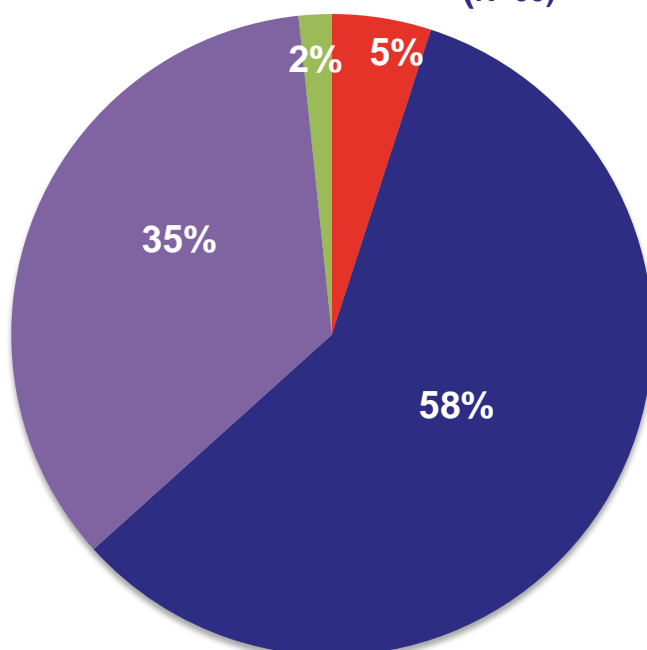


Kdo byli respondenti?

Asi polovina respondentů přišla na veletrh již rozhodnuta o první přihlášce, čtvrtina byla rozhodnuta o obou a čtvrtina o žádné. Mezi zájemci o SOŠ bylo víc těch, kteří již byli rozhodnuti o obou přihláškách.

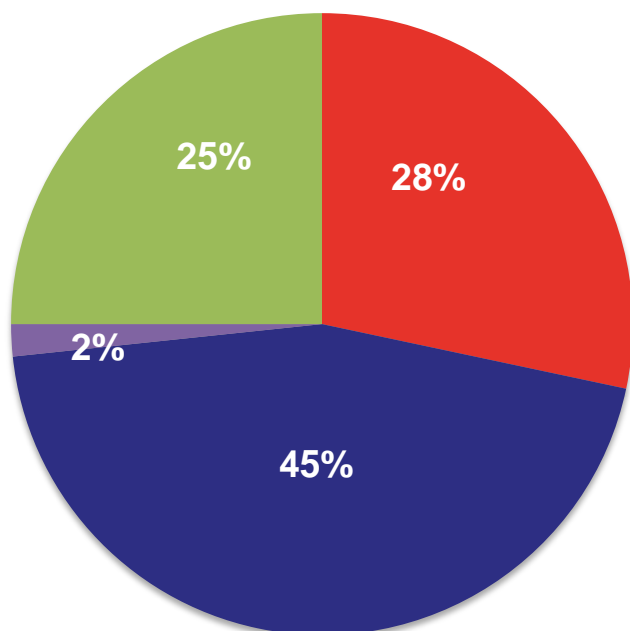
Skoro všichni (93 %) respondenti odpověděli, že návštěva veletrhu jim pomůže se rozhodnout.

Bude mít Schola Pragensis vliv na Vaše rozhodnutí o přihlášce? (N=60)



- Ne, nebude mít žádný vliv.
- Trochu ano, pomůže mi se rozhodnout.
- Ano, dost mi to pomůže se rozhodnout.
- Ano, bude mít zásadní vliv na rozhodnutí o přihlášce.

Byl/a jste před veletrhem rozhodnutý/á o tom, kam podat přihlášky? (N=60)



- Byl/a rozhodnutý/á o tom, kam podám první i druhou přihlášku.
- Byl/a rozhodnutý/á o tom, kam podám první přihlášku, o druhé ještě ne.
- Byl/a rozhodnutý/á o tom, kam podám druhou přihlášku, o první ještě ne.
- Byl/a rozhodnutý/á ani o první ani o druhé přihlášce.

Větší vliv na rozhodnutí o přihlášce má - jak se dalo předpokládat - u těch, kteří přišli na veletrh ještě zcela nerozhodnuti. 70 % z těch, kteří byli rozhodnuti o první přihlášce, návštěva veletrhu trochu pomůže v rozhodnutí o přihlášce.

Mezi zájemci o SOŠ bylo víc těch, kteří již byli rozhodnuti o obou přihláškách.

Zájemci o gymnázia častěji uváděli, že mají dopředu vytipované konkrétní školy, jejichž stánky chtějí na veletrhu navštívit. Oproti tomu zájemci o střední odborné školy (včetně průmyslovek a zdravotních škol) spíše vybírají stánky podle typu školy, o který se zajímají.

Další informace a pomoc s kampaní pro přijímací řízení

Neváhejte se na nás obrátit pro další informace o chování a rozhodování žáků devátých tříd, nebo pokud máte zájem o pomoc s marketingem a kampaněmi zaměřenými na získání většího počtu uchazečů a následně studentů ve vaší škole.

Navštivte náš web www.nezzazvoni.cz, kde najdete další studie. Pro informace o školení a termíny nejbližších školení se podívejte na www.nezzazvoni.cz/jak-pomahame/skoleni/.

Kontakt

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

O nás

Občanské sdružení Než zazvoní se pomáhá ředitelům a dalším vedoucím pracovníkům středních škol. Věnujeme se výzkumům a aplikaci marketingových poznatků do prostředí středních škol. Pomáháme školám s marketingem. **Od roku 2012 jsme proškolili 114 marketingových pracovníků z 55 středních škol.**