

Připravenost středních škol v náboru:

Koncepce, dny otevřených dveří a sběr
dat

Studie Než zazvoní

20. září 2016



Studie o výběru školy

Tento dokument je veřejnou součástí širší dlouhodobé studie společnosti Než zazvoní, která mapuje proces rozhodování o výběru školy u žáků osmých a devátých tříd. Výsledky studie by měly sloužit především vedoucím pracovníkům středních škol k tomu, aby činili zodpovědná a efektivní rozhodnutí a výchovným poradcům základních škol pro zlepšení obrazu o žákovských preferencích. Posláním Než zazvoní je jim v tom pomáhat.

Hlavní zjištění

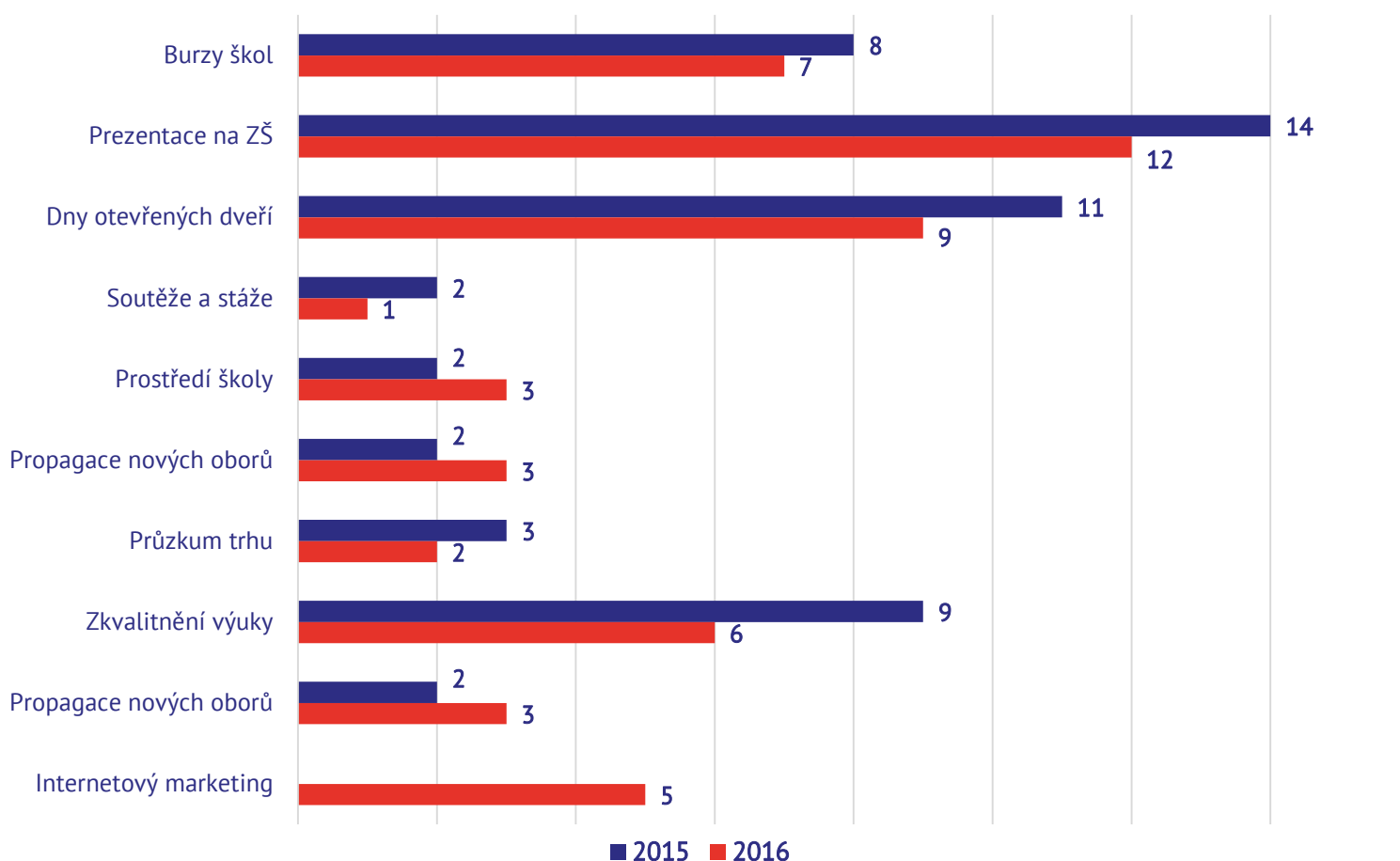
- ☑ **V aktivitách, které se týkají náboru, se dle odpovědí respondentů v tomto roce dlouhodobě realizuje nejčastěji 3 až 5 zaměstnanců školy (41%).** Poměrně početně však náborové týmy sdružují i větší skupiny čítající více než 15 členů (20%).
- ☑ **29 % respondentů v minulém roce nejčastěji pořádalo tři dny otevřených dveří, zatímco v letošním roce se konají na školách dotazovaných dva dny otevřených dveří ve 30 % případů.** Vysoký podíl respondentů (21 %) také realizuje více než pět dnů otevřených dveří.
- ☑ **Nejčastěji uváděným cílem, na který se chtějí jednotlivé školy zaměřit, bylo v loňském i letošním školním roce zdokonalení prezentace na základních školách.** Na rozdíl od předešlého roku se pozornost škol soustředí ve velké míře také na internetový marketing.
- ☑ **Na dny otevřených dveří konkurenčních škol se dle odpovědí respondentů vydávají zaměstnanci školy či jejich žáci pouze v 34 % případů.** Ve dvou třetinách případů se konkurenčních dnů otevřených dveří v žádném směru nezúčastňují.
- ☑ **Data o uchazečích na dnech otevřených dveří sbírá více než 70 % dotazovaných, stejně jako minulý rok.** Dotazovaných škol, které žádným způsobem data nesbírají, je pouze 22 %.
- ☑ **Dle odpovědí letošních i loňských respondentů je 46 %, respektive 43 % pracovníků, kteří se zabývají nábořem, spíše či velmi nekvalifikovaných.** Zaměstnanců školy, kteří se dají označit za velmi kvalifikované je pak pouze 5 %, respektive 7 %.
- ☑ **Respondenti v roce 2016 uvedli, že kvalifikaci pro nábor si nejčastěji zajišťují díky školení ve 39 % případů.** Pouze 10 % z nich kvalifikaci pro nábor nezajišťuje žádným z uvedených způsobů.

Koncepce kampaně

Dotazovaní respondenti odpovídali na otázku, co je cílem jejich školy pro následující náborové období. Otevřené odpovědi byly kódovány do jednotlivých kategorií s nejvyššími četnostmi výskytu. Nejčastěji uváděným cílem, na který se chtějí jednotlivé školy zaměřit, bylo v loňském i letošním školním roce zdokonalení **prezentace na základních školách**. Následně se pak střední školy chtějí soustředit na propagaci a upoutání pozornosti uchazečů na **dny otevřených dveří**. Na třetí místo respondenti zařadili **burzy škol**.

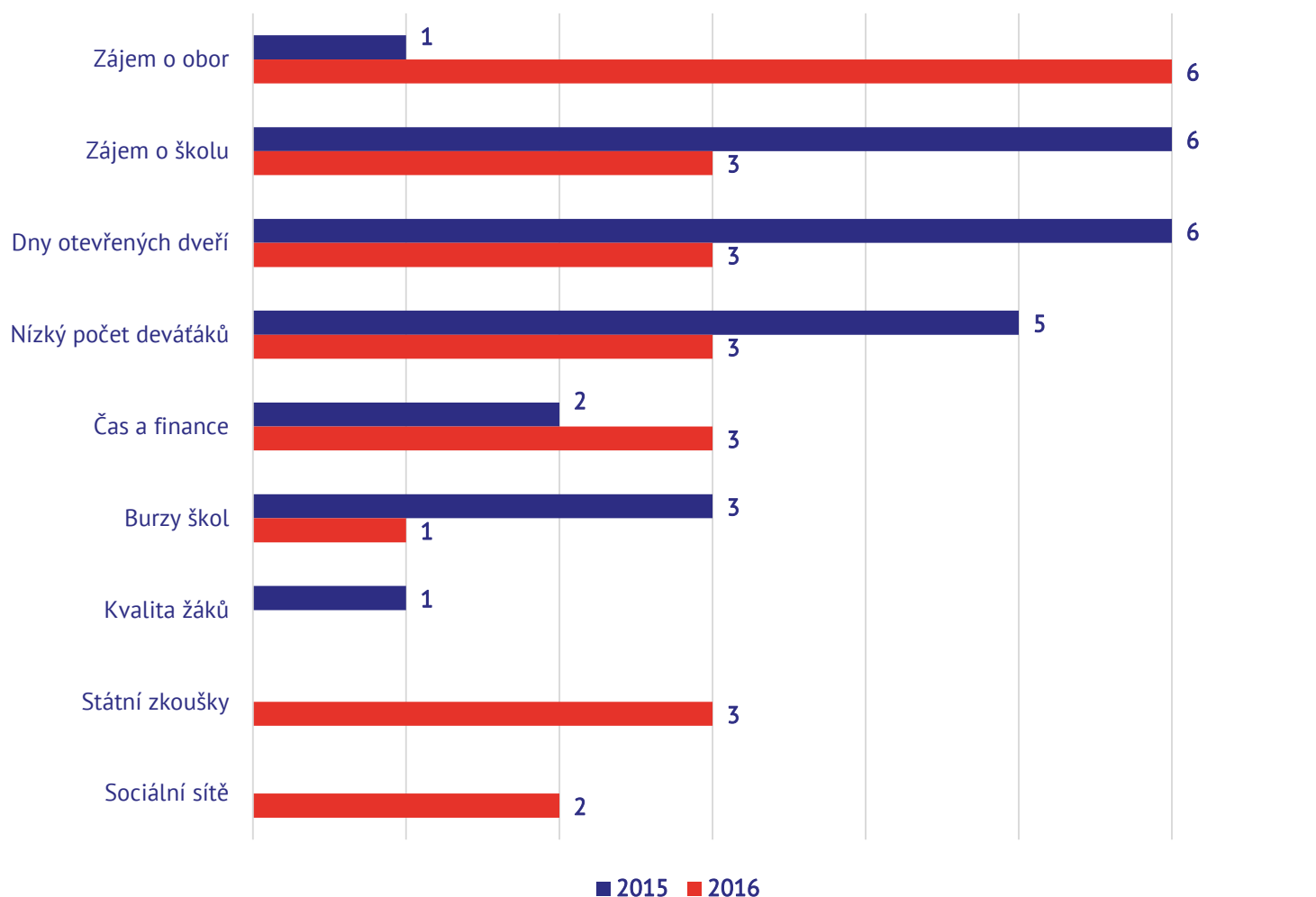
Na rozdíl od předešlého roku se pozornost škol soustředí ve velké míře také na propagaci školy on-line – tedy na **internetový marketing a sociální sítě**, které jsou dnes stále více využívány i v náboru školy.

1. Na co se chcete v kampani/náboru pro nadcházející školní rok nejvíce zaměřit?



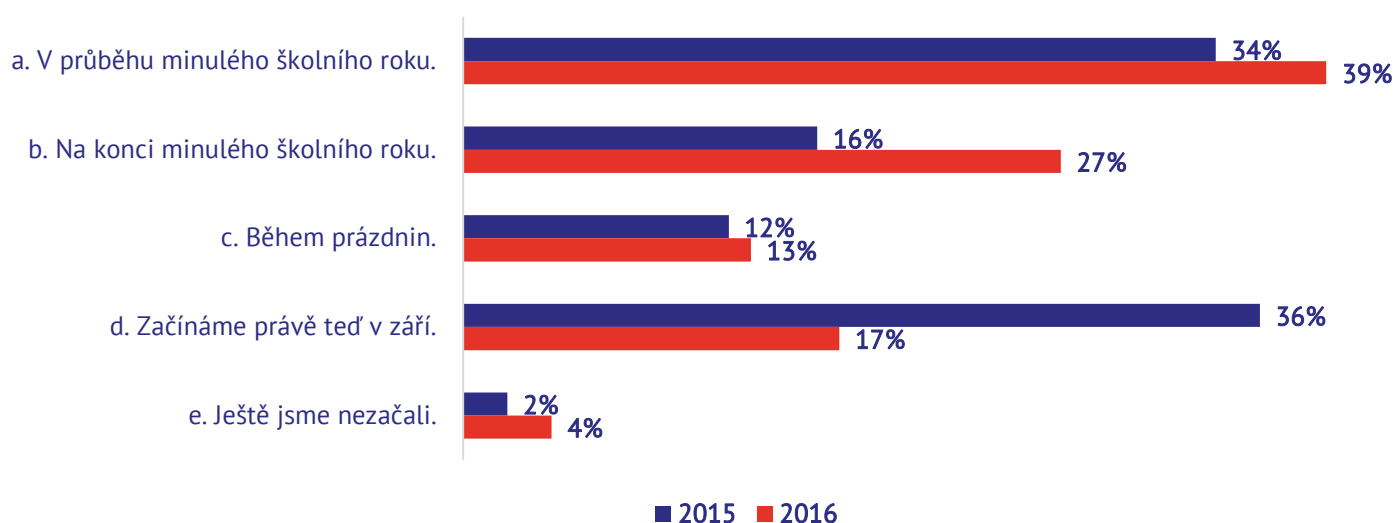
Respondenti zodpovídali také dotaz na výzvy, které je v nadcházejícím náborovém období čekají. Tato otázka byla opět kódována dle četností výskytu. Zatímco v roce 2015 za největší výzvu pro nábor považovalo nejvíce respondentů **udržení zájmu uchazečů o školu** či precizní a efektivní **dny otevřených dveří**, v letošním roce to je naopak **zájem o obor** (většinou učební). Probíhající školní rok pak také přináší výzvu **státních přijímacích zkoušek**. Potvrzuje se také vyšší zájem o internetový marketing a **sociální sítě**, které loni mezi nejčastěji zmiňovanými výzvami chyběly. Jak v loňském, tak i letošním školním roce zůstává mezi výzvami riziko **nízkého počtu deváťáků**, se kterým se školy snaží vyrovnat.

2. Co považujete za největší výzvu nadcházející náboru?



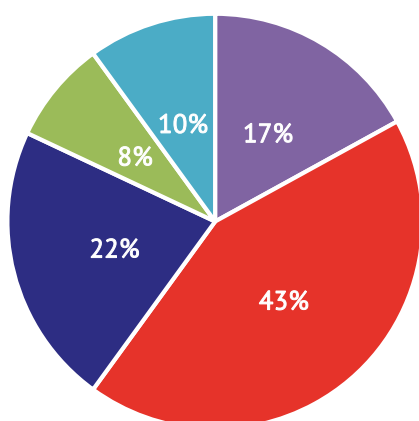
Respondenti nám také zodpověděli otázku na to, kdy zahájili přípravu na náborové období. Odpovědi jsou velmi podobné v letošním i loňském roce. V průběhu minulého roku zahájilo přípravy na nábor pro rok 2016 **39 %** respondentů, na konci minulého roku to pak bylo **27 %** dotazovaných. Během prázdnin se kampani poprvé věnovalo **13 %** respondentů. Poměrně velké procento nábor zahájilo teprve v září (**17 %**) a **4 %** dotazovaných kampaň stále ještě nezahájila.

3. Kdy jste zahájili přípravy náboru pro tento školní rok?

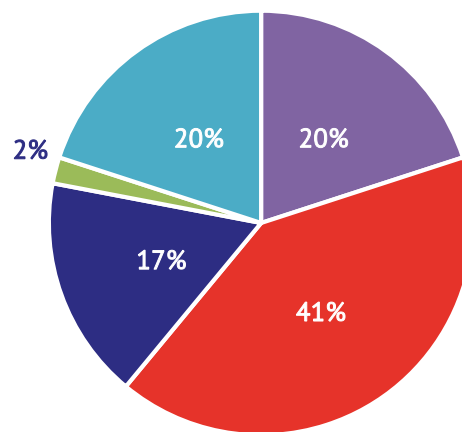


V aktivitách, které se týkají náboru, se dle odpovědí respondentů v tomto roce dlouhodobě realizuje nejčastěji 3 až 5 zaměstnanců školy (**41%**). Poměrně početně však náborové týmy sdružují i skupiny čítající více než 15 lidí (**20%**)

4. Kolik se vás podílí na plánovacích aktivitách? 2015



4. Kolik se vás podílí na plánovacích aktivitách? 2016



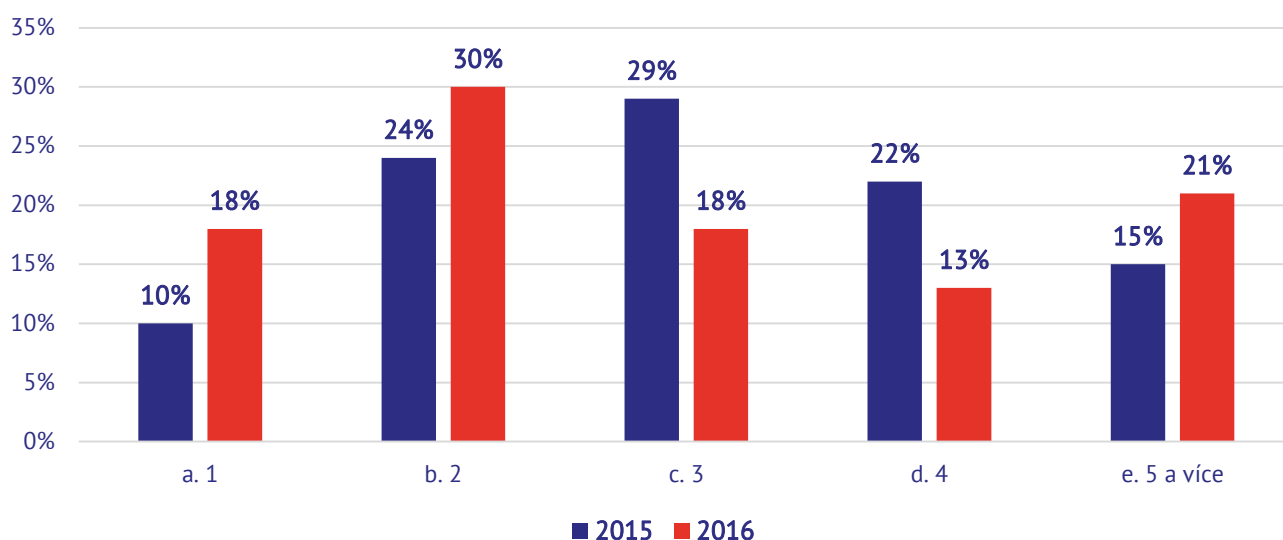
■ a. 1-2 ■ b. 3-5 ■ c. 6-10 ■ d. 11-15 ■ e. více než 15

■ a. 1-2 ■ b. 3-5 ■ c. 6-10 ■ d. 11-15 ■ e. více než 15

Dny otevřených dveří

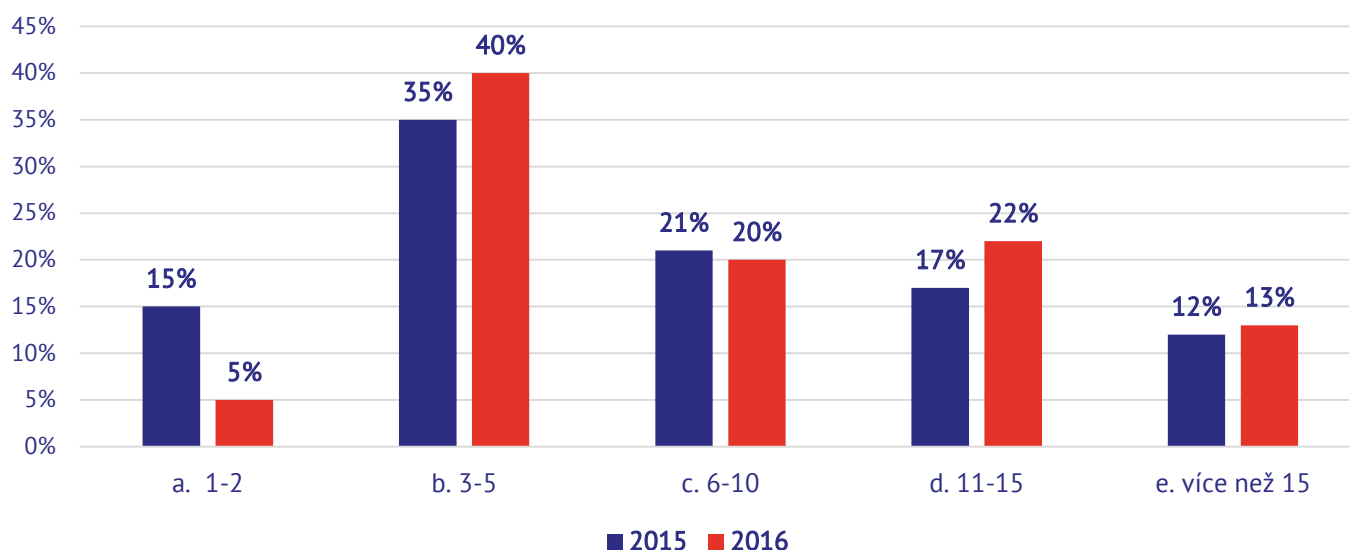
Respondenti v minulém roce nejčastěji pořádali tři dny otevřených dveří ve **29 %** případů, zatímco v letošním roce se dle jejich odpovědí konají na jejich škole dva dny otevřených dveří ve **30 %** případů. V roce 2016 jeden den otevřených dveří pořádá **18 %** dotazovaných, ale vysoký podíl **21 %** respondentů realizuje více než pět dnů otevřených dveří.

5. Kolik dnů otevřených dveří budete letos pořádat?



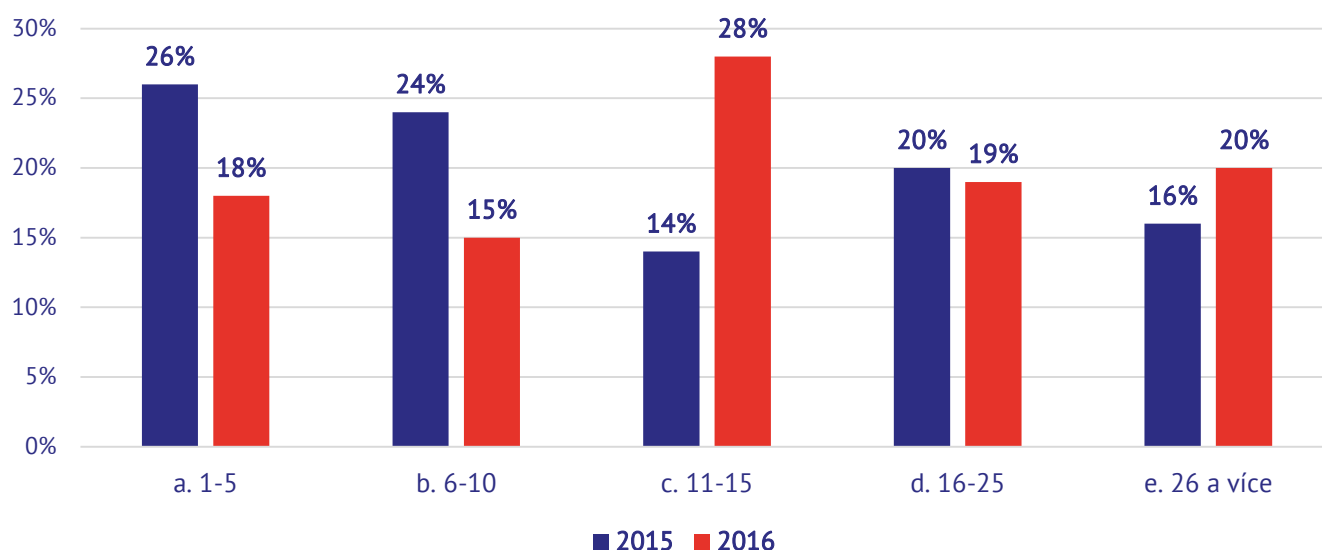
Na dnech otevřených dveří se dle odpovědí dotazovaných nejčastěji podílí skupina čítající tři až pět zaměstnanců školy, kteří přípravě věnují více než pět hodin svého času. V minulém školním roce tomu tak bylo v **35 %** případů, letos pak ve **40 %** případů.

6. Kolik zaměstnanců školy se podílí na přípravách dnů otevřených dveří (věnují tomu více než 5 hodin svého času celkem)?



Na samotném dni otevřených dveří se v loňském roce nejčastěji podílelo maximálně 10 zaměstnanců školy, a to sice **50 %** případů. Více než 25 lidí, ve kterých jsou však většinou započtení také pomocníci z řad žáků školy, se na dnech otevřených dveří podílelo minulý rok na **16 %** dotazovaných školách. Letos se na dnech otevřených dveří nejčastěji podílelo 11 až 15 osob v **28 %** případů.

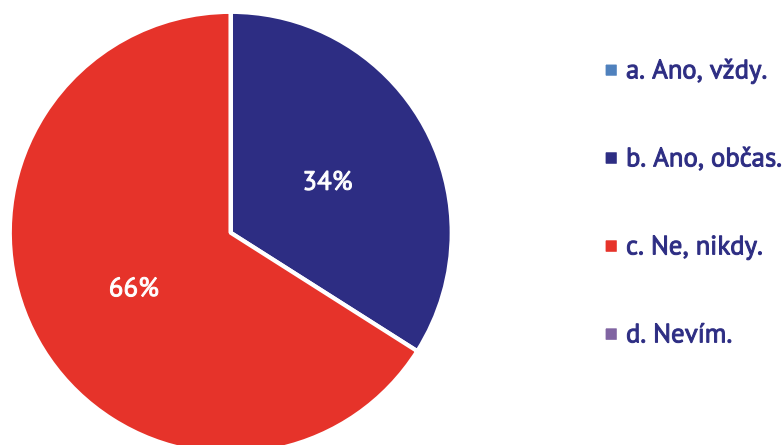
7. Kolik zaměstnanců školy se podílí na chodu dne otevřených dveří přímo na místě?



Na dny otevřených dveří konkurenčních škol se dle odpovědí respondentů vydávají zaměstnanci školy či jejich žáci pouze v **34 %** případů. Ve **dvou třetinách** případů se konkurenčních dnů otevřených dveří v žádném směru nezúčastňují. Tento trend je platný také v minulém roce, kdy byly výsledky totožné.

10. Vysíláte své zaměstnance, studenty nebo jiné spřízněné osoby na dny otevřených dveří konkurenčních škol?

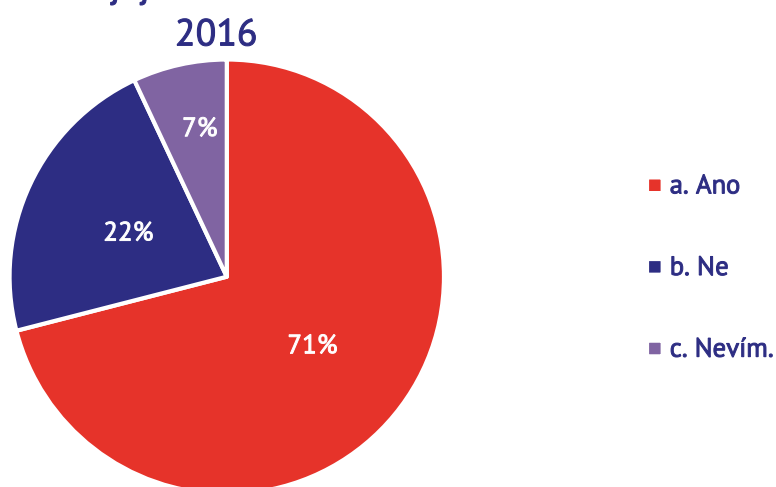
2016



Sběr a práce s daty

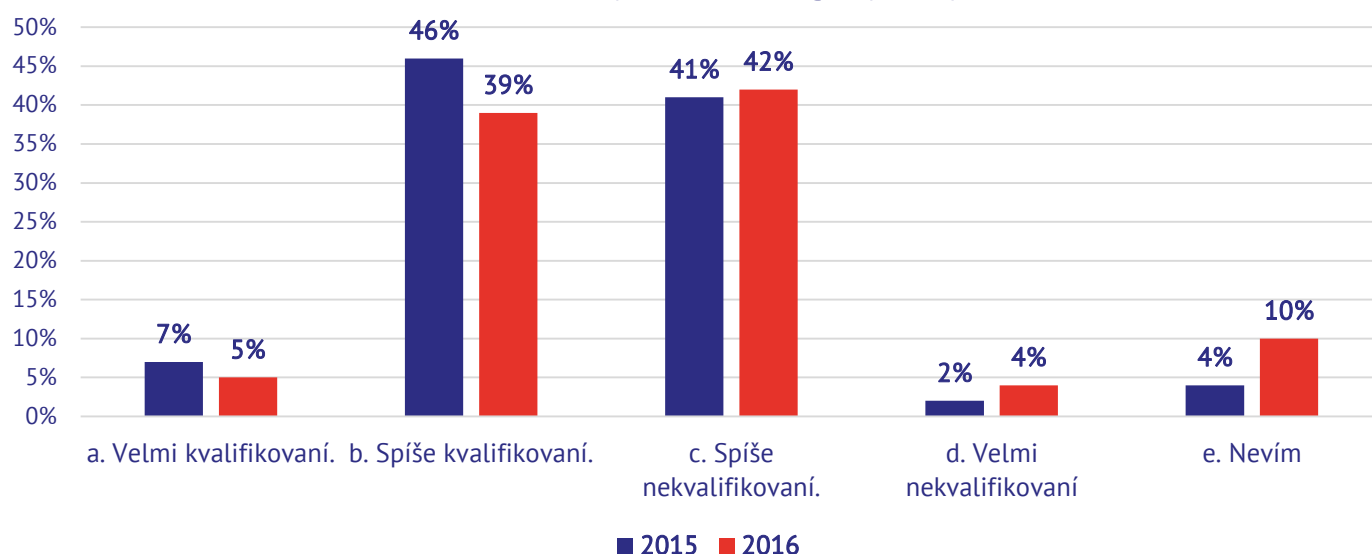
Dále jsme se respondentů také ptali na to, zda a jakým způsobem sbírají data, a také jak jsou jejich pracovníci pro marketingové aktivity kvalifikovaní. Data na dnech otevřených dveří sbírá více než 70 % dotazovaných, stejně jako minulý rok. Dotazovaných škol, které žádným způsobem data nesbírají je pouze 22 %.

12. Sbíráte na dnech otevřených dveří kontakty na uchazeče a jejich rodiče?



Dle odpovědí letošních i loňských respondentů je 46 %, respektive 43 % pracovníků, kteří se zabývají nábořem, spíše či velmi nekvalifikovaných. Zaměstnanců školy, které respondenti považují za velmi kvalifikované je pak pouze 5 %, respektive 7 %.

15. Jsou zaměstnanci věnující se náboru na Vaší škole kvalifikovaní v oblasti práce s daty a marketingových výzkumů ?



Respondenti v roce 2016 uvedli, že kvalifikaci pro nábor si nejčastěji zajišťují díky školení ve **39 %** případech. Dále také **28 %** dotazovaných má ve svém kolektivu kolegu, který vystudoval marketing či sociologii (**23 %**). Pouze v **10 %** respondentů kvalifikací pro nábor nezajišťuje žádným z uvedených způsobů.

16. Jakým způsobem máte zajištěnu kvalifikaci svou nebo Vašich zaměstnanců v náboru?





Metodika

Studie byla provedena formou on-line dotazování zástupců středních škol. Participace na výzkumu byla nabídnuta středním školám ze všech krajů České republiky.

Výsledný vzorek po očištění dat činil 85 respondentů. Do analýzy jsou zahrnuti pouze ti respondenti, kteří zodpověděli dostatečný počet odpovědí.

Sběr dat proběhl v týdenním období v září 2015 a září 2016.

Kontakt

Studii vypracovala společnost Než zazvoní, s.r.o., které se věnuje poradenství základním a středním školám.

Mgr. Ing. Richard Malovič, Ing. Mgr. Petr Soukeník, Mgr. Karel Komínek, Bc. Aneta Košíková

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

Kontakt pro média

Bc. Aneta Košíková

kosikova@nezzazvoni.cz

733 778 256



Další informace a pomoc s kampaní pro přijímací řízení

Neváhejte se na nás obrátit pro další informace o chování a rozhodování žáků osmých a 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

Bc. Aneta Košíková

kosikova@nezzazvoni.cz

733 778 256

O nás

Než zazvoní pomáhá ředitelům a dalším vedoucím pracovníkům základních a středních škol. Věnujeme se výzkumům a aplikaci marketingových poznatků do prostředí škol. Pomáháme s marketingem. **Od roku 2011 jsme proškoliili a pomohli 603 pracovníkům ze 249 základních a středních škol.**