



Devátáci po přihláškách

Studie občanského sdružení Než zazvoní

6. dubna 2015



Studie o výběru střední školy

Tento dokument je veřejnou součástí širší dlouhodobé studie občanského sdružení 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. Posláním občanského sdružení Než zazvoní je jim v tom pomáhat.

Hlavní zjištění

- Více než polovina dotázaných devátáků (56 %) připustila možnost, že ještě změní své rozhodnutí a v září nastoupí jinam, než kam podali přihlášku.
- Podle toho, co devátáci v našem průzkumu uvedli, **většina škol nemá profil na Facebooku, nebo o něm zájemci nevědí.**
- Polovina dotázaných (50 %) se dívá na web své první školy alespoň jednou za dva týdny.
- Dotázaní devátáci mají zájem o akce pořádané školou, na kterou se přihlásili - pouze 2 % dotázaných by se rozhodně nezúčastnili.
- 60 % devátáků uvedlo, že má známé nebo kamarády na první škole, na kterou se přihlásili. Tito známí mohou být dobře využiti jako další prostředek komunikace střední školy a zájemců v období do jejich nástupu.
- Podle velké většiny dotázaných devátáků je **nejdůležitějším úkolem školy připravit je na budoucí práci nebo studium, nikoli snadno získat maturitu nebo výuční list.**
- Dotázaní devátáci se nejčastěji (40 %) **těší na nové spolužáky.** Nejčastěji uváděným (46 %) strachem je, že nebudou zvládat učení.



Metodika

Studie byla provedena formou on-line dotazování žáků devátých ročníků. Participace na výzkumu byla nabídnuta náhodně vybraným základním školám z celé České republiky.

Výsledný vzorek po očištění dat činil 3072 respondentů. Do analýzy jsou zahrnuti pouze ti respondenti, kteří podali přihlášku na střední školu nebo učiliště. Odpovědi ostatních nejsou relevantní cílům výzkumu, zodpověděli jen málo otázek nebo žádné.

Mezi respondenty bylo 51 % dívek a 47 % chlapců (2 % nezjištěno).

Sběr dat proběhl v čtrnáctidenním období na konci března 2015.

Kontakt

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

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

info@nezzazvoni.cz

www.nezzazvoni.cz

Kontakt pro média

Mgr. Ing. Petr Soukeník

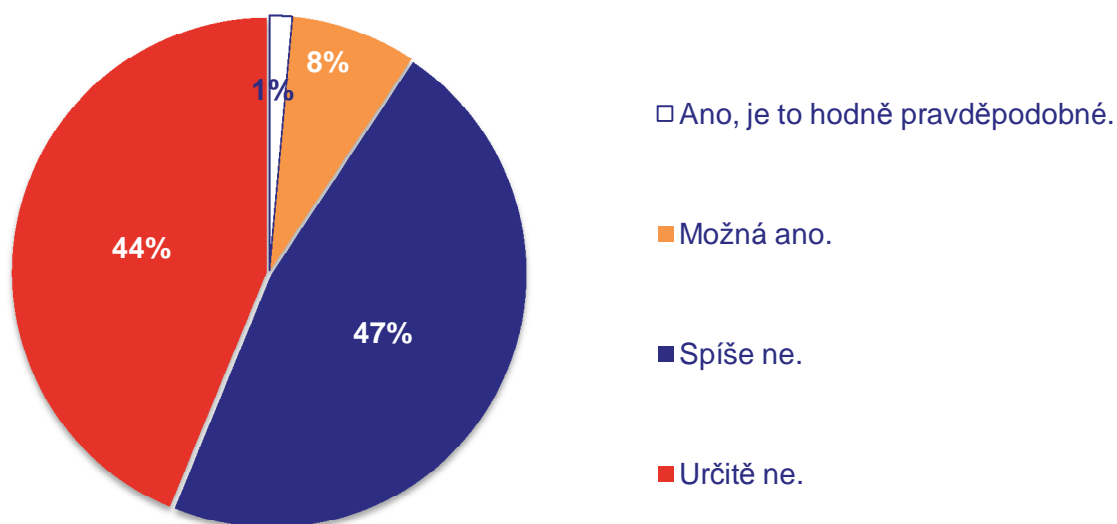
soukenik@nezzazvoni.cz

777 002 674

Konečná volba školy

Více než polovina dotázaných deváťáků (56 %) připustila možnost, že ještě změni své rozhodnutí a v září nastoupí jinam, než kam podali přihlášku. Tento fakt naznačuje středním školám, že je užitečné s přihlášenými udržovat kontakt, zvat je na školní akce a udržovat s nimi kontakt (ať už e-mailem, přes Facebook nebo osobně).

**Je možné, že ještě změniš své rozhodnutí
a v září nakonec nastoupíš jinam, než tam, kde jsi podal/a přihlášku?**
(N = 3072)



Pro úplnost uvádíme graf preferencí první nebo druhé školy. Jasně preference má u většiny dotázaných deváťáků první škola, na kterou podali přihlášku, 13 % je to však jedno.

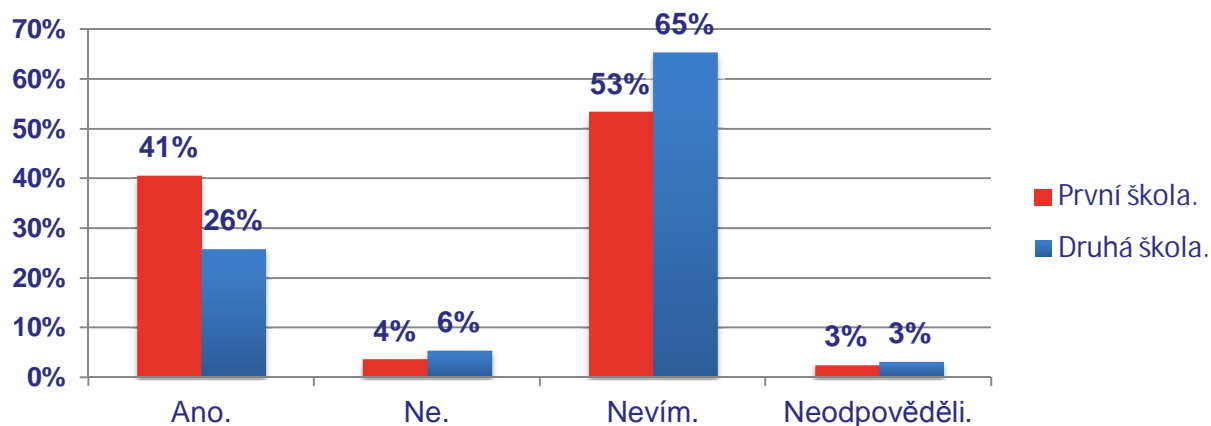
Na kterou školu bys raději šel/šla? (N = 3072)



Komunikace škol s přihlášenými – Facebook, web, akce školy, současní studenti

Podle výsledků našeho průzkumu však většina škol nemá profil na Facebooku, nebo o něm zájemci nevědí. Školy se tak připravují o možnost vlastní prezentace i o snadné udržování komunikace s přihlášenými až do jejich skutečného nástupu.

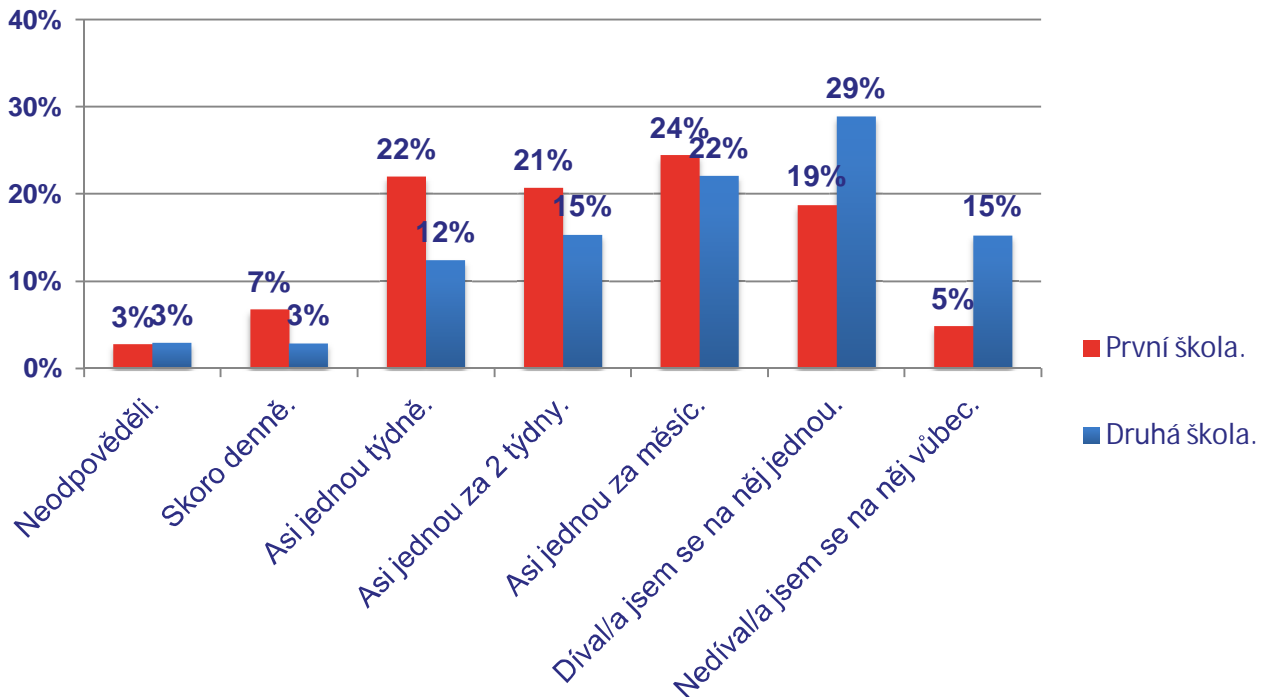
Mají školy, na které ses přihlásil/a, profil na facebooku? N = 3072



V průzkumu se také potvrdilo, že web školy stále zůstává důležitým informačním zdrojem i poté, co jsou přihlášky už podané. Polovina dotázaných (50 %) se dívá na web své první školy alespoň jednou za dva týdny. Další čtvrtina alespoň jednou za měsíc.

Jak často se díváš na web první a druhé školy?

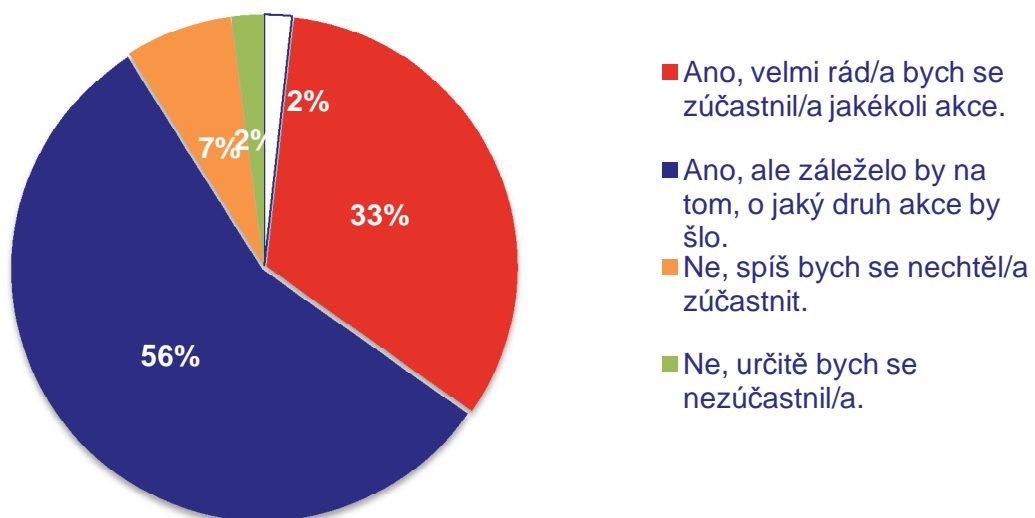
N = 3072



Z výsledků průzkumu je patrný zájem dotázaných devěťáků o akce pořádané školou, na kterou se přihlásili – pouze 2 % dotázaných by se rozhodně nezúčastnili. Nejvíce preferované typy těchto akcí jsou shrnuté v grafu níže.

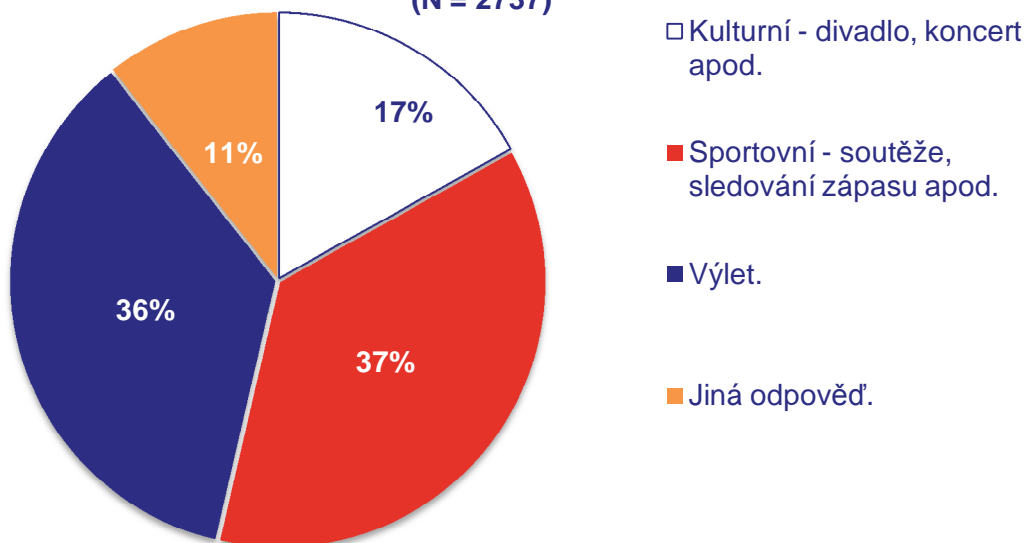
Chtěl/a by ses zúčastnit nějaké akce pořádané tou školou, na kterou se hlásíš?

(N = 3072)



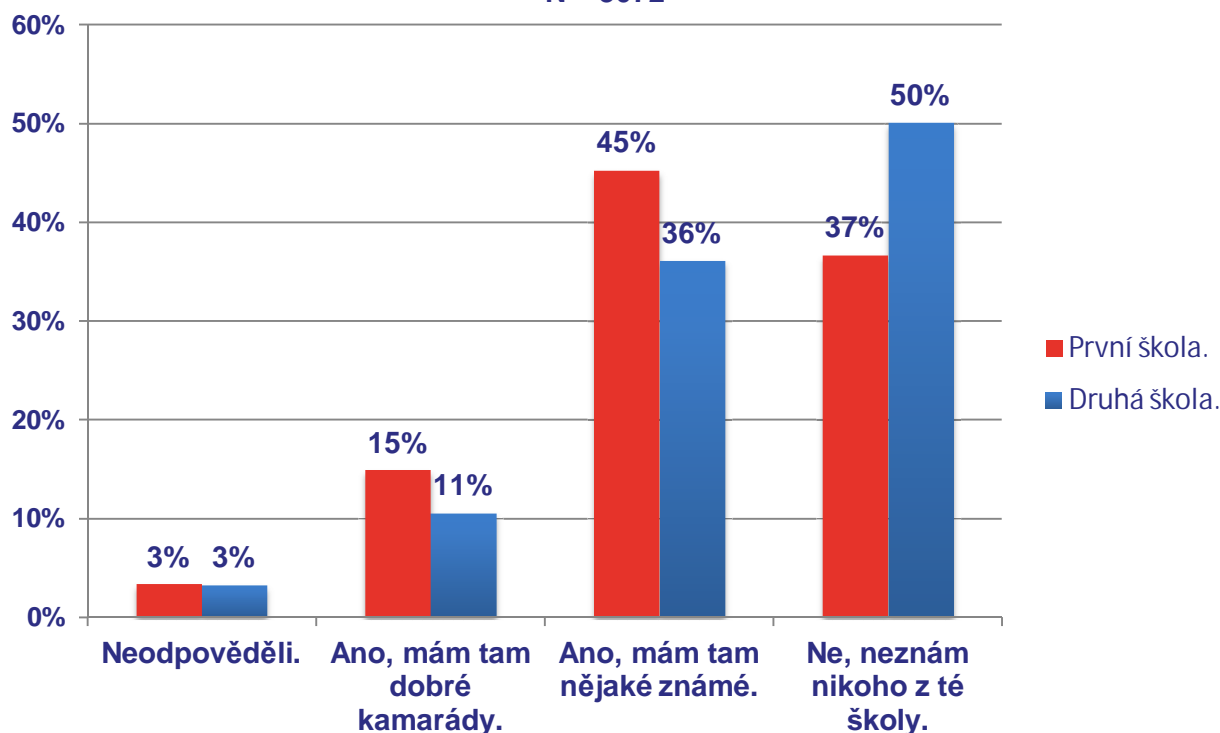


Jaký druh akce organizované Tvou vybranou střední školou
by se ti nejvíc líbil?
(N = 2737)



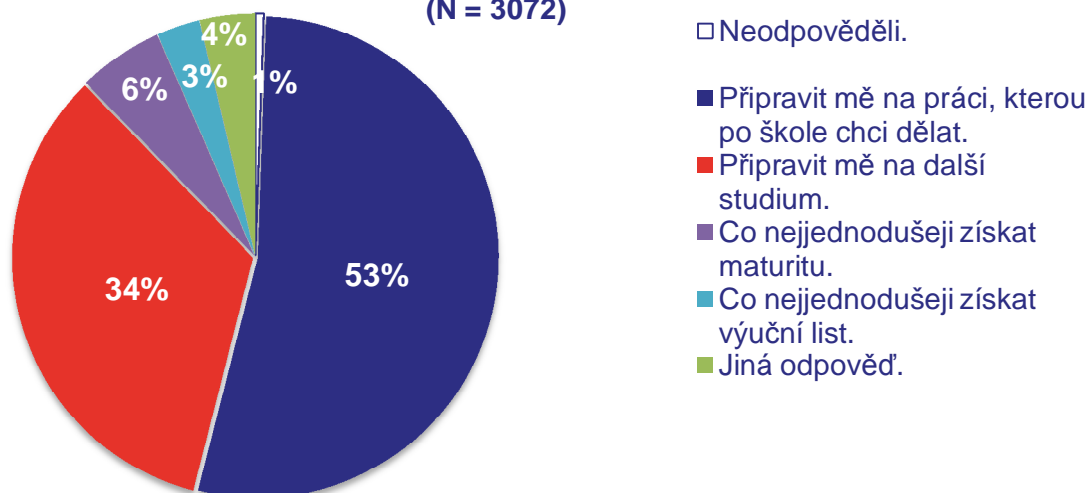
Z předešlých průzkumu o. s. Než zazvoní vyplývá, že známí a kamarádi z řad současných studentů středních škol jsou velmi důležitým informačním zdrojem pro deváťáky při rozhodování o tom, na kterou střední školu podat přihlášku. Potvrdilo se to i nyní – po přihláškách. 60 % deváťáků uvedlo, že má známé nebo kamarády na první škole, na kterou se přihlásili. Tito známí tedy mohou pro střední školy být dobrým „komunikačním mostem“ mezi školou a přihlášenými právě v období do jejich nástupu v září.

Znáš současné studenty škol, na které se hlásíš? N = 3072



Očekávání od středních škol

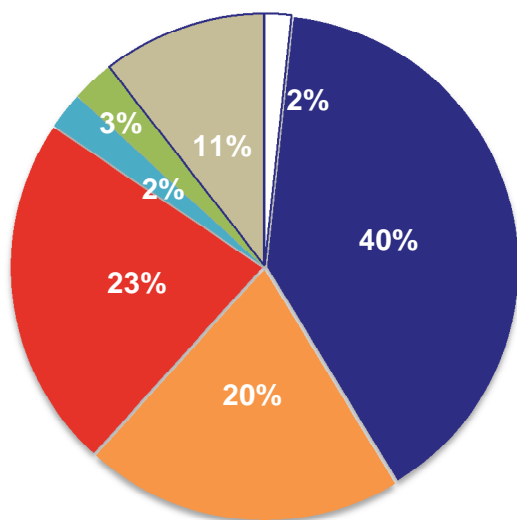
Co má tvoje škola především splnit? (N = 3072)



Podle velké většiny dotázaných devěťáků je nejdůležitějším úkolem školy připravit je na budoucí práci nebo studium. Pouze 9 % dotázaných chce především získat výuční list nebo maturitu co nejjednodušeji.

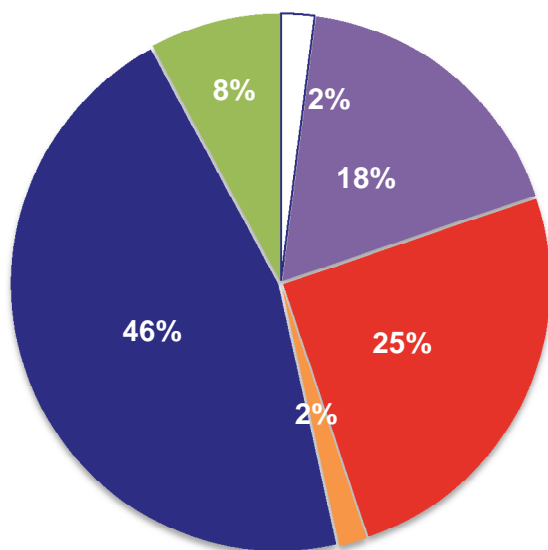
Další grafy ilustrují nejčastější kladná a záporná očekávání dotázaných devěťáků.

Na co se v nové škole nejvíc těšíš? (N = 3072)



- Neodpověděli.
- Na nové spolužáky
- Na jiný způsob výuky.
- Na to, co se budu učit.
- Na nové učitele.
- Na bydlení jinde než doma.
- Jiná odpověď.

Čeho se v nové škole nejvíc bojíš? (N = 3072)



- Neodpověděli.
- Že si nenajdu kamarády.
- Že nebudu mít moc volného času.
- Že nebudu moci bydlet doma.
- Že nebudu zvládat učení.
- Jiná odpověď.



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

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 2011 jsme proškolili a pomohli 343 pracovníkům ze 146 základních a středních škol.



než zazvoní

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 převezme roli průvodce náboru, kdy se lektor škole 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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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.