

Autor: Mgr. Zdeněk Kubálek

Nábor (náborová strategie)



1. Cíl

co je cílem? Hlavním cílem?

- Pouze zvýšit počet dětí v žákovských kategoriích a splnit tak nějakou normu či tabulkovou hodnotu?
- udržet kategorii žáků alespoň s min. počtem při životě?
- zajistit trvalý vysoký počet dětí v přípravce a vychovat co nejvíce vlastních odchovanců?

2. Hlavní překážky:

- špatná pověst klubu (rakovina)
- kvalita trenérského týmu
- chybí náborový specialista, náborová strategie
- materiální podmínky (zázemí, výstroj, doprava...)
- cena výstroje a výbroje

3. Základní předpoklad úspěšného náboru

- a) Pokud chceme zajistit trvalý vysoký počet dětí v přípravce a udržet děti u hokeje, musí klub s žákovskými kategoriemi pracovat tak, aby vytvořil sám sobě doslova **skvělou reklamu**.
- b) Náborová strategie, náborový specialista

Každý rodič si musí být jist, že v hokejovém klubu je o děti dobře postaráno. Program je pestrý, zábavný, odpovídá schopnostem dětí, které se tam těší. Děti mají odpovídající **materiální podmínky**, je zajištěn jejich **zdravý fyzický a psychický vývoj** a pracují s nimi zapálení a schopní trenéři.

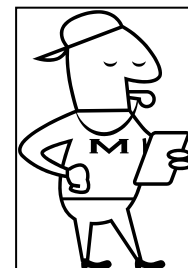
Zásadní není to, zda děti trénuje skvělý bývalý hráč nebo trenér s nejvyšší trenérskou licenci, ale to, jaký má **vztah k dětem a pedagogicko-psychologické schopnosti – ty má spousta lidí vrozené** (nikoli pouze hodnota vzdělání – samotná licence není kvalifikace pro práci s dětmi!).

4. Prostředky:

- Jasná a veřejně známá **koncepce klubu** pro práci s mládeží (např. postoj k neznámějším problémům – výsledky, budoucnost hráčů ve starších kategoriích...)
- **Nadšená, obětavá a odborná práce** trenérů, vedoucích a činovníků klubu – tzv. **pozitivní „deviace“** (na ledě a okolo něj to musí žít!)
- Zájem hráče **nejenom trénovat, ale také vychovávat!**
- **Vzdělávání a vedení trenérů**
- Dostatečný počet trenérů a asistentů
- Dostatečná a vhodná propagace
- **Zlevnit začátek** – příspěvky, Výstroj a výbroj...



- **Pevné časy** tréninků v odpoledních hodinách
- **Netlačit** – dobrovolně, podporujeme kroužky apod., tlak na pravidelnost až později
- **práce s rodiči** - Schůzky s rodiči, vzdělávání rodičů (!), zapojení rodičů
- **Práce s dětmi i mimo led** (TV, výlety, společné akce)
- **Využívat nástěnky** k veřejné prezentaci výsledků, informacím pro rodiče a pochvalám jednotlivců (citlivě)
- **Využívat osobnosti** z klubu nebo z místa k propagaci a oživení tréninků (osobní účast hráčů A-týmu splní dvě věci - budoucnost hráče i motivace pro žáčka)
- Sezóna (nebo její část) **na zkoušku**



5. Vlastní náborová strategie:

Pokud je tedy zajištěn základní předpoklad-tedy jasná, všemi plně akceptovaná a fungující koncepce klubu, můžeme se směle pustit do samotného náboru, tedy:

- **Vyčlenit vhodného člověka** (nadšený propagátor), který zná klub i práci v něm (trenér, bafuňář, asistent apod.) a alespoň částečně se na ní podílí. S dětmi se setkává nejenom při propagaci a náboru, ale i při příchodu do klubu a při prvních krůčcích na ledě
- **Zajistit perfektní organizaci** činností při příchodu dítěte a jeho rodičů na ZS (první dojem!). Tj. příjem a evidence uchazeče, informace o organizaci a chodu přípravy, jasná orientace na ZS (rozvrhy, trenéři, šatny). Amatérismus a zmatky mohou mnoho lidí odradit hned v začátcích.
- **Zajistit spolupráci s MŠ** - bruslení zdarma vč. instruktora, který uklidní neklidné učitelky (mívají obavy o bezpečnost dětí) a pomůže jim do začátku (navíc má velký vliv na přechod dětí do přípravy)
- Společné akce pro děti z MŠ (zejména sportovní olympiády apod.-šance pro výběr talentů)
- **Zajistit spolupráci se ZŠ** – první stupeň
- **1+1** (kamarád = sleva)
- **Zajistit dostatečnou propagaci** – letáky (dávat do ruky!), kabelovka, TV, noviny, nástěnky, výlepní plochy, rádio, DVD, děti při zápasech „A“, v dresu při nějaké příležitosti do školy (spolupracovat s učitelem)
- **Provést kvalitní vlastní nábor ve školách** vč. náležité propagace (letáky, plakáty. Fotografie, symboly...
- **Dárky pro ředitele a učitelky** – permice, volňásky, klíčenky...
- **Nekritizovat jiné sporty** – naopak využít toho, že dítě sportuje
- Mít **plán náboru – neustále aktualizovat!**
- **Nábor provádět kontinuálně** – některé rodiny potřebují více času na rozmyšlenou
- Jasná a koncepční **informovanost rodičů** – pravidelné schůzky, kde rodiče dostávají nejenom informace organizační, ale především se zde vzdělávají! Není nic horšího, než nespokojený a neinformovaný, tápající rodič, který hledá odpovědi na tribunách a na chodbách. Jak to pak dopadá všichni asi známe...
- Studium dostupné literatury o práci s mládeží a výměna informací a zkušeností mezi kluby (burza nápadů)

6. Nábor:

Jak již bylo řečeno, nejedná se pouze o jeden úkon (vlastní nábor), ale o soubor činností, které spolu navzájem souvisí a podporují se (někdy si bohužel odporují...). Pokud tedy máme zajištěny věci okolo (viz. Výše), můžeme se věnovat vlastnímu náboru:

- po předchozí dohodě s ředitelem školy navštívit třídy a tam vhodně děti „zblbnout“ (**fantazii se meze nekladou** a většina učitelek je ke spolupráci náchylná)
- dresy, reklamní předměty, plakáty, výstroj... Je nutné umět to udělat-tedy ne jenom vysypat informace a předat letáčky. Náborář musí **umět mluvit** jazykem dětí, musí být přesvědčivý a děti si musí z „divadelního představení“ odnést nějaký zážitek a emoci. Jedině pak je šance, že dítě nejenom předá letáček, ale skutečně bude chtít na hokej přijít!
- Pokud potkáváme děti opakovaně (MŠ, 1.tř....) je třeba program vhodně obměňovat a doplňovat (stává se mi, že mne děti po roce nejenom poznávají, ale dokonce se dožadují nějakého „špeku“ z minulého roku...)
- Vytvářet **síť vztahů** s řediteli a učitelkami – velmi důležitá, až klíčová záležitost. Pokud jsou dobré, až nadstandardní vztahy, jde vše podstatně lépe. Zvláště tam, kde jsou sportovní hokejové třídy považovány za konkurenci (udělejte pro ně něco, zajímejte se o jejich práci a zkuste s něčím pomoci – akce)
- Rozhodnout se pro extenzivní nebo intenzivní cestu:
 - a) **Extenzivní** (bereme každého) zajistí vyšší počty, ale také přiměřeně nižší kvalitu a tím vyšší „odpad“. Navíc je třeba být připraven (trenérsky a programem) pro práci s méně talentovanými dětmi
 - b) **Intenzivní** (bereme jen ty talentované respektive pohybově nadané). Pokud je to možné, není pro trenéry lepší situace. Potíž spočívá v tom, jak tyto děti vybrat a jak je získat (je o ně zájem a rodiče to ví). I tady pomůžou dobré vztahy s učitelským sborem a řediteli
- Pokusit se dostat se také na rodičovské schůzky (ZŠ je mají průběžně, MŠ jen na podzim a na jaře) a tam přednést návrh přímo rodičům. Zde je nutný důraz na kvalitu a přesvědčivost přednesené informace. Dobrý je doprovod buď hráče ve výstroji nebo známé tváře („A“) nebo osobnosti z řad vedení klubu

7. Motto:

„kdo chce zapalovat, musí sám hořet!“ *Budha*



Pro dotazy i případnou spolupráci:

Mgr. Zdeněk Kubálek
specialista pro začínající hráče
HC Energie K.Vary
kubalek@hokejkv.cz
777-102 470

