



Nuevas Estrategias Comerciales para la Captación y Fidelización de Alumnos

 Duración: 20.00 horas

Descripción

Este curso desarrolla las técnicas más novedosas y eficaces para captar alumnos para un centro de formación.

Conoceremos cuáles son los factores diferenciales para la captación de alumnos en los Centros Educativos, y qué herramientas, recursos y medios comerciales resultan más eficaces para lograr captar y fidelizar alumnos.

Nos adentraremos en las características del nuevo marketing educativo, que permite compaginar los canales tradicionales con email, redes sociales, etc., convirtiendo la creatividad en innovación rentable aplicada a la captación y fidelización de alumnos.

Objetivos

- Realizar el marketing en medios sociales para mejorar su imagen, crear nuevos canales de comunicación, y con vistas al marketing en buscadores.
- Facilitar al alumno los conocimientos necesarios para el análisis del mercado y sus componentes, ámbito de acción del marketing a la hora de diseñar estrategias exitosas.
- Aprender el comportamiento del consumidor, que responde a un universo de motivaciones y condicionantes personales y externos a la hora de hacer una elección, sobre los que el marketing aspira a influir.
- Conocer a los consumidores e identificar todas sus características influyentes como primer paso para poner cualquier producto en el mercado.
- Establecer el perfil del cliente deseado para nuestro establecimiento es definir el mercado meta. Poner en marcha un Plan de Marketing que desarrolle las estrategias seleccionadas por la empresa.
- Planificar y seleccionar coherentemente las acciones en función del impacto esperado, el público objetivo y los recursos disponibles.

Contenidos

UNIDAD 1 - SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

- Captación de Alumnos - Fijación de objetivos
- El Origen de los Medios Sociales
- Tipos de Medios Sociales
- Marketing en Medios Sociales
- El Plan de Medios Sociales
- Estrategias de Social Media
- Campañas en Medios Sociales
- Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales
- El Crowdsourcing
- Medición de Resultados de un Social Media Plan
- Autopráctica - Desarrollo del Plan de Medios Social
- Analítica Social y Estrategia
- Analítica Social y Estrategia - Objetivos
- IOR - Impact of Relationship
- Los Leads
- Claves para cualificar un lead
- Conseguir contactos y BBDD para campañas de email marketing y sms marketing
- Autopráctica - Análisis de una medición de Social Media
- Autopráctica - SMO
- Actividad Blog - Plan de Marketing

UNIDAD 2 - SEGMENTACIÓN DEL MERCADO. EL MERCADO OBJETIVO

- Cómo Atraer y Captar Nuevos Alumnos
- Mercados y segmentos
- Influyentes en el consumidor
- Motivación

- Segmentación del mercado
- Tipos de Segmentación
- Mercado meta
- La Promoción de la Oferta Educativa
- Mezcla de la comunicación de la oferta educativa
- Autopráctica - Orientación del marketing
- Autopráctica - Segmentación
- Actividad Blog - Argumentario de ventas
- Actividad Roleplay - la venta de productos de formación a pymes

UNIDAD 3 - PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

- Imagen e Identidad
- Promoción y Comunicación Mix
- Plan de Comunicación
- La Marca
- Características de la Marca
- Publicidad
- Las Relaciones Públicas
- Marketing de móviles para los centros de formación
- Utilización de SMS por los centros de formación
- Uso de SMS en la educación
- SMS Marketing Educativo
- Utilidad del Email marketing en educación y centros de formación
- Recomendaciones del Email marketing en educación y centros de formación
- La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
- Autopráctica - Características de marca
- Actividad Blog - Promocionar tu centro de formación