



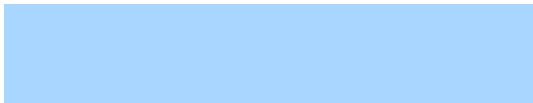
Plan de Comunicación



Por qué



Objetivos del Plan de Comunicación



Análisis Estratégico/ Estrategias



• Herramientas

- Estudios de Mercado
- Publicidad
- Marketing Interactivo
- Comunicación
- Relaciones Públicas
- Acción Comercial

Por qué un plan de comunicación

- El Plan de Comunicación clarifica los objetivos identificados en el mismo para un periodo determinado. Sirve como guía a la Dirección del Centro y engloba todos los aspectos del Marketing necesarios para la gestión del mismo.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Este plan tiene como finalidad organizar y orientar todas las actividades para lograr mejorar la comunicación del Colegio xxx, así como configurar y reforzar la imagen de la institución.
- Es una guía de trabajo abierta y flexible que permite definir y re-definir, cuando se considere necesario, las directrices adecuadas.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Posicionamiento de nuestra

marca, El gran valor de nuestra marca es cómo se distingue de las demás.

RANKINGS

- Mejor Colegio de España en el curso 2004/05 y mejor Colegio de Madrid en los últimos 6 años, según el ranking de los 100 mejores colegios de España que publica anualmente el diario El Mundo.
- Considerado entre los 25 mejores colegios de España según Mujer Hoy, ABC.

ACADE

- Representante de ACADE en el Consejo Asesor de la Norma ISO 9004.
- Uno de los 4 colegios que firmaron el acta de fundación de ACADE.
- En la actualidad miembro de la Junta Ejecutiva de ACADE.

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

COLEGIO BASE:

- Único Colegio invitado como ponente por la Asociación Española para la Calidad, celebradas en Madrid en la sede del Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- Colegio certificado por la ISO 9001/2000
- Único invitado español, como ponente, a los encuentros Iberoamericano para la gestión de calidad educativa y certificación internacional ISO 9001, celebrados en Buenos Aires, Lima, Madrid y Porto Alegre.
- Invitado español al X Seminario Internacional e Innovación Educativa. Éxitos en educación, organizado por INACAP, en Santiago de Chile, agosto de 2004.
- Miembro del Consejo ejecutivo del Club de Calidad de la Educación.
- Miembro de la Asociación Española para la Calidad y de su Comité de Educación
- Participante como Experto Educativo, en elaboración de guías del sector por AENOR: ISO 9001/94, ISO 9001/2000 e ISO 9004.
- Miembro español del comité de estudio internacional de ISO tc/232, sobre Educación No- Reglada

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- **Cómo nos vamos a diferenciar** (atributos que queremos asociar al Colegio xxx)
 - Con un alto nivel de **Inglés** (resultados de exámenes de inglés First y Advance)
 - Con vocación **uropeísta** (Programas Leonardo da Vinci y Sócrates + intercambios + alumnos extranjeros)
 - Con marcado **carácter social** (ONGs + Escuela de Padres)
 - Enfocados a las **nuevas tecnologías** (Educenet + Caballo de Troya (NN.TT.) + Pizarra Digital + Portal Web)
 - **Con una imagen más Actual** (nuevas instalaciones + periódico interno + nueva papelería corporativa) nos preocupamos por nuestra imagen
 - **Calidad y Servicio** (nuestro propio Sistema de Calidad + AENOR + EFQM). Participación en **Congresos Internacionales** de Calidad

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- Con peso **Institucional** (pertenece a la Asociación de ACADE y a su comité ejecutivo)
- Prestamos importancia a **temas culturales** (Aula Cultural + Acuerdo con El Museo de el Prado)
- **Programas** de Educación para la Salud + Desarrollo de Habilidades
- Valoramos la **Educación Física** y el **Deporte de Competición. Club de Atletismo.**
- Con **patrocinios** y **batering** (intercambio de servicios)
- Con un nuevo **portal WEB** que se convertirá en el centro de comunicación entre profesores + padres + alumnos + personal docente y no docente + nuevos clientes + exalumnos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

• **Objetivos estratégicos**

Es importante diferenciarse respecto a los demás.

Es recomendable crear unas estrategias de comunicación con unos objetivos que sirvan de referencia y que nos ayuden a mejorar nuestro servicio.

El público objetivo al que irá dirigido principalmente nuestro plan de comunicación será fidelizar el existente, el nuevo en las zonas identificadas en el Plan Institucional y ex-alumnos.

Se establecerán unas herramientas de comunicación:

Imagen, Publicidad_Creatividad y Promoción, que a continuación vamos a exponer:

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Imagen de marca

- **Logotipo** Tradicional y **Nueva Papelería Corporativa**

Mantenimiento del logotipo con el objetivo de reforzar la imagen de Centro Tradicional de Madrid. Se ha utilizado en la nueva papelería corporativa como:

- **Primera Hoja** tamaño A4, para hacer facturas.
- **Segunda Hoja** tamaño A4, para todo tipo de comunicados.
- **Hoja tamaño cuartilla** A5, para comunicados breves.
- **Sobre Americano** tamaño 21 x10 cms, para enviar comunicados.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- **Sobre Bolsa** tamaño A4, para envíos de la revista “xxx” a padres, alumnos/as, exalumnos y para realizar cualquier tipo de envío que requiera tener tamaño A4.
- **Tarjetón** tamaño 21 x10 cms, para anotaciones internas y saludo de Dirección.
- **Tarjetas de visita**; a entregar en visitas de futuros clientes o tutorías.

POR QUÉ_ hay tener una imagen de marca diferenciada frente a otros centros e internamente para una mejor organización. Entendemos que es un ideograma que desarrolla valores interesantes en el momento actual: Globalización, el azul del pantone evoca al mar e inspira serenidad. También representa la comunidad educativa acogida por el xxx.

OBJETIVO_ utilizarla para cualquier tipo de comunicación interna y externa del centro.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- Creación del **Manual de Identidad Corporativa**

- El Libro de Estilo que se utilizará por todo el personal que tenga que realizar una acción de comunicación corporativa.

- Cuando alguien tenga alguna duda a la hora de utilizar nuestra identidad corporativa tendrá que acudir al manual.

- En el se reflejaran diferentes utilidades de toda nuestra identidad corporativa.

POR QUÉ_ porque con ello transmitimos nuestros mensajes con mayor claridad, eficacia.

OBJETIVO_ estandarizar y homogeneizar la comunicación.

HERRAMIENTAS DE MKTING en el CENTRO EDUCATIVO

- Estudios de Mercado
- Publicidad
- Marketing Interactivo
- Comunicación
- Relaciones Públicas
- Acción Comercial

HERRAMIENTAS DE ESTUDIOS DE MERCADO

- Nuevo estudio de Mystery Shopper.
- Nuevo estudio de Percepción del Colegio
XXX

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD

Publicidad

Nuevas piezas publicitarias que nos ayudarán a mantener nuestra imagen e incrementar la notoriedad

Se han desarrollado **2 nuevas piezas creativas** para el xxx:

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD

A) Pack Informativo: consta de 3 folletos y una hoja de precios; Proyecto Educativo, Actividades Extraescolares, y Normas de Convivencia, en tamaño 22x22cms, dentro de una carpeta contenedora con papel especial. Se les entrega a los padres que decidan asistir a la entrevista de matriculación. El objetivo es que nuestros clientes dispongan de toda la información necesaria del centro y lograr un alto porcentaje de matriculaciones.

B)Pack Promocional Proyecto Educativo, consta de un pequeño folleto tamaño 20x20 cms, con el P.E.C, una carta informativa comercial y un sobre especial satinado. Está destinado a cualquier persona que pida información sobre nuestro centro. Se envía por correo convencional.

Objetivo 1: Captación de nuevos clientes.

Objetivo 2: que al P.O. que reciba el envío se le trasmita calidad, imagen y provoque en él un recuerdo permanente a nivel de colegio.

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor .

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor .

Para ver esta película, debe
disponer de QuickTime™ y de
un descompresor .

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD

Publicidad Exterior

- Se han creado carteles en Foam (cartón pluma) con el logotipo del xxxy teléfono para todas las rutas, es importante para que la gente empiece a reconocer nuestra nueva identidad corporativa.
- Rotulación en Navidad de furgonetas y autobuses dándole mucha importancia a la página Web del centro con ello potenciamos nuestro nuevo medio de comunicación.

Objetivo: captar nuevo público en una zona de gran expansión urbanística. Y donde nuestras rutas ya prestan servicio de transporte escolar

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD

Medios directos

- **Mailing** en zonas de interés para el colegio. Allí donde se quiera incrementar el número de alumnos/as.
- **Merchandising** para los cursos de verano (camisetas especiales diferenciando los niños de las niñas).
- **Merchandising** para el **Trofeo Colegio xxx** (medallas, trofeos y placas con nuestro logotipo), regalos deportivos y libros por parte de Santillana u otra editorial.
- **Merchandising** para la **Fiesta de Ex-alumnos** (regalo promocional al finalizar el acto)
- Contratación de **castillos hinchables** para la fiesta del Día de Puertas Abiertas y regalo promocional para todos los alumnos (camisetas especiales).

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD INTERNA

- Nuevo Folleto de **Actividades Extraescolares**

Folleto de actividades extraescolares definido, con la oferta de las diferentes escuelas: Baloncesto, Fútbol, Atletismo, Balonmano, Judo, Gimnasia Rítmica, Pre_Deporte, Ajedrez, Yoga, Escuela Infantil de Iniciación Musical, Escuela de Iniciación Musical para Primaria y Secundaria, Taller de Guitarra y Piano, Canto Coral y Moderno, Pintura, Nuevas Tecnologías, Teatro en Inglés, Teatro y Curso de Inglés. El tamaño es de 19,5x25 cms en papel estucado mate y con 20 páginas.

Objetivo 1: Incremento de las ventas en nue.

- Siempre habrá ejemplares en secretaria para informar sobre las nuevas escuelas.
- Siempre tiene que haber un ejemplar dentro de la carpeta contenedora (Pack Informativo) que se entrega a los nuevos clientes así como el Wellcome Pack.

HERRAMIENTAS DE PUBLICIDAD INTERNA

- Nuevo Folleto de **Normas de Convivencia**

Constará de 20 páginas en el mismo formato que el Proyecto Educativo y el folleto de Actividades Extraescolares, formará parte del “Pack Informativo” que se entregará a familias que asistan a la entrevista de información.

El objetivo es crear dentro de una misma carpeta toda la información del centro y crear imagen y posicionamiento frente a la competencia.

HERRAMIENTAS DE MKTING. INTERACTIVO

- Nuevo **Portal Web**

Nueva estructura para el portal Web del centro. Será un portal totalmente administrable por todos los que definamos, a través de un usuario y una contraseña. Los contenidos principales son:

- **Proyecto Educativo:** Quiénes Somos, Etapas Educativas, Sistema Pedagógico, Idiomas, NNTT, Programas de Verano y Calidad.
- **El Día a Día:** Calendario Escolar, Tutorías, Transporte, Comedor, Comunicados, Talleres y Escuelas Deportivas, Servicio Médico, Departamento de Orientación y Otros Servicios.
- **Noticias:** internas y externas.
- **Intranet:** link con acceso a Educanet.
- **El Globo:** revista del centro en formato electrónico.

HERRAMIENTAS DE MKTING. INTERACTIVO

- **Padres:** con zona privada (usuario y contraseña) donde, en un futuro, verán las notas de sus hijos, las faltas a clase y podrán contactar con los tutores a través de un calendario para solicitar una tutoría. Habrá una sección de artículos educativos y otra de novedades.
- **Dossier de Prensa:** se reflejará por fecha y año nuestra trayectoria. Se encontrará físicamente a disposición pública en secretaria.
- **Contacta:** con un mapa de ubicación, con un formulario para solicitar información, otro para sugerencias/mejoras, dirección, teléfonos y correos electrónicos.

HERRAMIENTAS DE MKTING. INTERACTIVO

POR QUÉ_ hay que mejorar e incrementar la información que se brinda del centro, hay que mejorar nuestro servicio incluyendo opciones que aligeren el uso telefónico y potenciar el uso de las NN.TT.

OBJETIVO_ es crear un pequeño portal para destacarnos en el mercado como unos de los mejores centros con una Web totalmente administrable y moderna, con tráfico de visitas por parte de los alumnos/as, profesores, personal, nuevos clientes, exalumnos y padres, con ello queremos situarnos entre los primeros puestos del Google.

Es una herramienta que nos aportará cierto prestigio dentro del mundo educativo y que además dará más imagen y notoriedad a la marca.

HERRAMIENTAS DE MKTING. INTERACTIVO

- Mini-site **Cursos de Verano**

Mini site introducida en la página web del Colegio con información de todos los cursos de verano que ofertamos:

-Curso **Intensivo de Inglés** en inmersión lingüística.

-Curso de **Multiactividades**

-Curso de **Natación**

-Curso de **Recuperación**

-Curso de **Técnicas de Estudio y de Trabajo Intelectual**

-Curso de **Inglés en Inglaterra**

Se mantendrán los mismos cursos y la misma maquetación pero cambiará a mejor la imagen de la portada por una aérea de las nuevas instalaciones.

POR QUÉ_ es importante para captar alumnos/as en verano.

OBJETIVO_ conseguir más alumnos/as.

HERRAMIENTAS DE MKTING. INTERACTIVO

Marketing On-Line

- Prometeo
- Comunicole.
- Vía Educativa

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- Revista **Escolar “El Globo”**

Como novedad se realizará una revista interna con las siguientes secciones:

- **Cooperación:** artículos relacionados con la ONG
- **Información Institucional:** artículos que nos relacionan institucionalmente
- **Actualidad Interna:** artículos a nivel interno
- **Escuelas Deportivas:** artículos relacionados con nuestras escuelas
- **Deportes:** artículos relacionados con trofeos deportivos
- **‘Our People’:** artículos de nuestro personal (nuevas incorporaciones)
- **Firma Invitada:** un personaje público escribirá un artículo de opinión.
- **Artículos para pensar:** se establecerá según la actualidad un tema a debate
- **Pasatiempos:** crucigramas, sopa de letras...

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- Tendrá colaboraciones por parte de los alumnos y de los profesores.
- La revista estará escrita en castellano, inglés y francés.
- Constará de 30 páginas y su tamaño será A4.
- Se entregará a todos los alumnos y personal del centro. Se enviará por correo convencional a nuestros exalumnos y se colgará en formato electrónico como periódico digital en la Web.
- La Dirección enviará un correo vía Educanet a todos los profesores para que participen en el nuevo periódico escolar. En el mismo correo se ofertará a un responsable para el periódico que se encargará de recopilar toda la información necesaria (artículos, fotos, índice...) para que luego llegue al departamento de comunicación (vía correo electrónico).

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- Para atraer a los alumnos, los profesores deberán en cada clase proponer la posibilidad de poder escribir para la revista.
- Se publicará trimestralmente.
- Su nombre será “xxx”.
- Se incrementará la participación con un link en la página Web para poder colgar directamente los artículos, la sección se llamará “Tu opinión es importante”.

POR QUÉ_ hay que seguir la misma comunicación en todos los centros y supone una herramienta muy importante a nivel de comunicación interna y externa.

OBJETIVO_ conseguir un gran número de participantes, crear una expectación por parte de todos con la espera del nuevo número.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

BARTERING

Revistas

- Proponer a la revista *Educación Bien y Psicología* colaborar periódicamente con ellos en alguna de sus secciones.
- Publicar artículos en la *revista de educación del Ministerio de Educación y Cultura*
- Publicar artículos en Portales educativos: *educaweb.com*, *eduso.net*
- Participar “en ciego” en *foros femeninos*: *enfemenino.com* (las mamás piden muchos consejos en estos foros) para orientar omitiendo valoraciones positivas en los foros.

El objetivo es posicionarnos en el mercado como un centro de referencia.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Gestión de Comunicación

- **Comunicados de prensa** (noticias propias) a todos nuestros medios locales y nacionales para tener un mayor número de impactos en clientes potenciales. Para fidelizar nuestra imagen.
- Establecer relaciones con el **Ayuntamiento de Alcobendas** invitando al Consistorio a nuestros actos más relevantes (Carrera Solidaria, Trofeo Base).
- Generaremos **noticias** a través de comunicados y continuamente en la web del Colegio.
- Colaboración con la **ONG Save the Children** en la Carrera Solidaria, se invitará a los medios.
- Estrechas **relaciones** con la ONG cuyo objetivo es que nos incluyan en sus comunicados y boletines y además crear un grupo permanente de alumnos voluntarios que se educan en valores y al mismo tiempo conciencian a sus compañeros.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- **Jornadas de Formación e Innovación Educativa**, serán de cursos de formación dirigidos al personal del centro, se llamarán laboratorios de destrezas y los impartiran profesionales del sector. Serán talleres muy didácticos e innovadores. Concepto de Universidad Corporativa.
- Relación institucional con el **Museo DE el Prado** , seremos la única institución educativa miembro de la Asociación de Amigos de EL Prado, el objetivo es unir la marca a una gran institución Cultural. Con ello se creará un Aula Cultural para padres.
- **Trofeo de Atletismo Colegio xxx**, se convocarán a los medios y al ayuntamiento, habrá un deportista invitado y se buscará a un patrocinador.
- **Trofeo Colegio xxxde Ajedrez** crea interés como deporte olímpico e intelectual y genera participación por parte de otros centros. El objetivo es enseñar nuestras nuevas instalaciones y dar imagen.

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- Nueva **Señalización**

Se organizará todo el centro con una nueva señalización para:

- Instalaciones
- Administración
- Dirección
- Otros

Adjuntamos imágenes de los nuevos soportes:



HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

POR QUÉ_ es importante para guiar internamente a los alumnos/as y personal y externamente al cliente.

OBJETIVO_ facilitar la circulación por el centro. Dar sensación de organización. Separar zonas específicas, como por ejemplo el edificio de Bachillerato, Formación y extranjeros.

HERRAMIENTAS DE RR.PP

TARJETA DE FIDELIZACIÓN

- **Alquiler y Reserva** de Instalaciones para padres y exalumnos, formulario.
- **Club de Deportes:** boletín deportivo
- **Exalumnos:** formulario para pedir información y para apuntarse a la Asociación.
- **Trabaja con nosotros:** formulario para generar una buena Base de Datos laboral y especializada.
- **Galería Multimedia:** reportaje-foto virtual de las instalaciones del colegio.
- **Alumnos:** con dos zonas; una **pública** donde podrán ver el calendario escolar y la sección de Ocio y otra **privada** con usuario y contraseña para poder descargar contenidos educativos que habrán colgado los profesores.

HERRAMIENTAS DE RR.PP

- **Fiesta de exalumnos**, se elaborará una tarjeta de invitación con un formulario a través de la Web para que puedan apuntarse. Se les entregará un recuerdo al final del acto. Estarán informados puntualmente a través de la Web de todo lo que ocurre en el centro (vía correo electrónico). El interés es potenciar el contacto con exalumnos. Estudios señalan que es una forma considerablemente menos costosa de captación a nivel comercial.
- **Fiesta de Graduación**, dejar un buen sabor de boca al finalizar el colegio.

HERRAMIENTAS DE RR.PP

Otras Fiestas importantes

- Navidad
- Festival
- Calle Peatonal
- Despedida de 2º de Bachillerato

Las consideraremos un acto de RRPP en las que, a parte del interés que tenga la fiesta “per se”, haremos un estudio previo y propondremos un enfoque determinado para obtener un rédito de imagen.

HERRAMIENTAS DE ACCIÓN COMERCIAL

- Plan de Acciones Comerciales Colegio xxx
- Plan de Acciones Comerciales Actividades Extraescolares.
- Plan de Acciones Comerciales Cursos de Verano
- Alianzas Estratégicas con otros Centros
- Control de Indicadores de Gestión

HERRAMIENTAS DE ACCIÓN COMERCIAL

- **Plan de Acciones Comerciales Activ. Extraescolares**
 - Navidad
 - Festival
 - Calle Peatonal
 - Despedida de 2º de Bachillerato

Las consideraremos un acto de RRPP en las que, a parte del interés que tenga la fiesta “per se”, haremos un estudio previo y propondremos un enfoque determinado para obtener un rédito de imagen.