

## CASO DE ÉXITO

**Colegio concertado** en Madrid con una oferta educativa desde Educación Infantil hasta Bachillerato. Detectan dificultades en conseguir nuevo alumnado de manera continua a lo largo de los años.

### DE UN VISTAZO

#### Retos

- Dificultad para diferenciarse
- Alta competencia
- Reputación online dañada
- Falta de recursos propios y conocimientos de marketing.

#### Beneficios

- Aumento progresivo de matriculaciones
- Mejora y control de la reputación
- Mensaje propio identificable.



“Durante años **habíamos empleado todo tipo de tácticas** para atraer nuevos alumnos con resultados desiguales y mucho esfuerzo. Poner al frente de la gestión a **Marketing Colegial** ha permitido que alcancemos nuestros objetivos superando las expectativas.



### OBJETIVOS

- Aumentar el número de solicitudes de admisión.
- Ser identificable por los valores únicos del centro y diferenciarse de la competencia.
- Ahorrar recursos y reducir el trabajo del personal en labores ajenas a su rol.

### SOLUCIÓN

Propusimos una solución integral.

Diseño de plan de marketing con una **estrategia de diferenciación** y acciones de marketing dirigidas a ganar visibilidad online, tener el control de los primeros resultados de búsqueda y formación del personal del centro para orientarlos a la captación.

### BENEFICIOS

#### Beneficio 1

**Aumento de las solicitudes de admisión** desde el primer año.

**Incremento de un 50%** de solicitudes de asistencia a Puertas Abiertas en el segundo año.

#### Beneficio 2

**Mejora de la reputación** gracias a una gestión continua. El impacto una reputación mejorada tiene efectos en la captación de nuevo alumnado a lo largo de los cursos.

#### Beneficio 3

Creación de un **mensaje distintivo** como bandera para uso en todas las comunicaciones del colegio y por parte del personal involucrado en las admisiones.