

EL PORQUÉ DEL MARKETING EN LOS COLEGIOS CATÓLICOS

Una cuestión de vocación de servicio.

Picher, J.

ESIC Business & Marketing School, Valencia

jaime.picher@esic.edu

Con esta experiencia veremos la aplicación práctica de los fundamentos de marketing en la gestión del centro y cómo estos pueden ayudar al cumplimiento de la misión.

Haremos una reflexión sobre la competitividad del modelo de negocio en el sector educativo e identificaremos posibles ventajas competitivas para la escuela católica trabajando el posicionamiento y posibles estrategias de diferenciación basadas en los insights de clientes y usuarios.

Con este planteamiento estratégico; veremos los factores críticos para definir una estrategia de marketing eficaz enfocada a la generación y conversión de leads, revisando las necesidades de estructura y organización de recursos y personas en el colegio.

Hablaremos sobre la integración de las tendencias de marketing en la gestión del colegio: la omnicanalidad, el worker consumer, micro segmentación y la gestión de funnel entre otras.

Finalmente veremos la función comercial del colegio planteando la importancia de la venta y el verdadero propósito de esta función tan necesaria como cuestionada en el sistema educativo.

Palabras clave: Marketing; Estrategia, Valores corporativos; Economía digital; Venta.