

Enamora a las familias de tu colegio

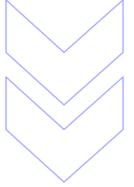
¡Conoce más de nuestra experta!



Almudena Cano Palacio

Experta en marketing educativo y digital. Directora de LlenaTuCole.com. Consigue llenar tu colegio de alumnos y aumentar tu facturación

Cuando hablamos de enamorar, estamos hablando de fidelizar. De conseguir que los clientes que ya tienes, se conviertan en auténticos enamorados de tu marca, prescriptores de tu centro educativo. Personas que recomienden tu colegio a todos sus amigos y contactos.



Hacer una venta no es el final, sino el principio de una relación.



¿Por qué queremos enamorar a las familias?

Hay 4 razones principales:

1

Necesitamos que no se vayan de nuestro colegio nunca.

2

El *lifetime value* va a ser mayor. Vamos a conseguir reducir el coste de adquisición al ampliar el tiempo que un alumno se queda en nuestro centro. Y además cuesta aproximadamente 10 veces menos fidelizar que captar nuevos alumnos

3

Se reduce la desventaja competitiva y la sensibilidad a los precios. Los clientes estarán dispuestos a pagar más dinero por nuestros servicios porque le otorgarán mayor valor.

4

Necesitamos que se conviertan en evangelistas de nuestra marca y que la recomienden en su entorno.



10 claves para enamorar o fidelizar a las familias de tu colegio

1

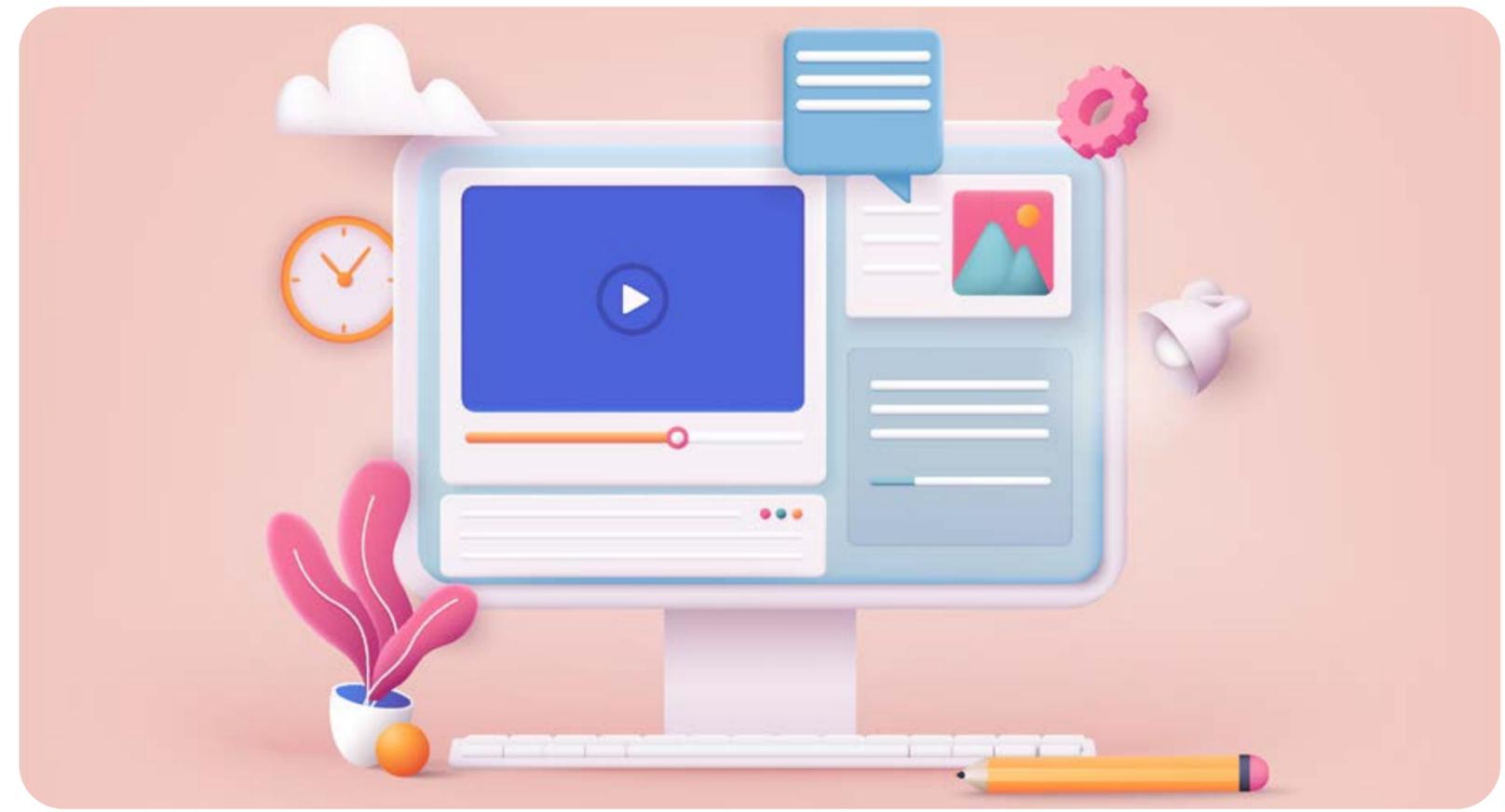
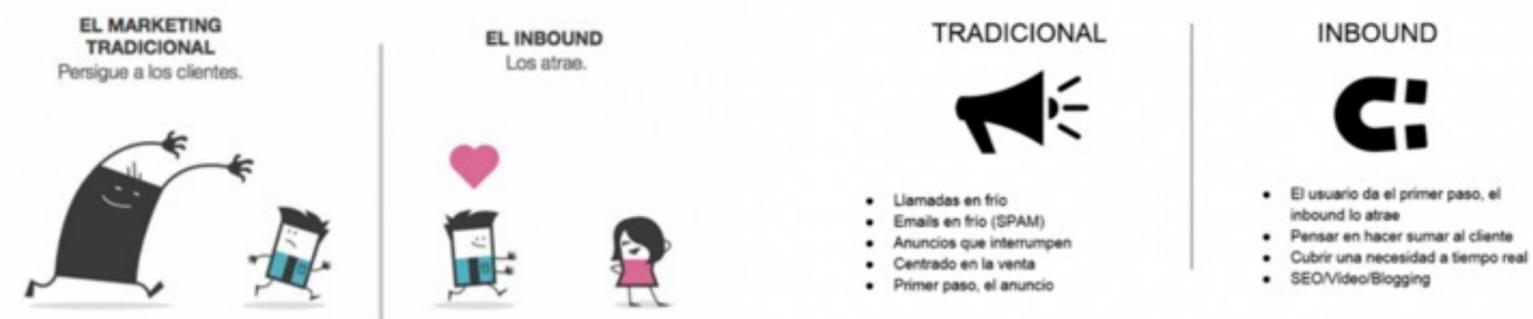
Conoce a tu público objetivo y ofrece lo que están buscando. Actualiza tu forma de llegar a las personas para que se enamoren de tu marca a través del *Inbound* marketing.

¿Te has puesto a pensar a qué tipo de público diriges la comunicación y marketing de tu colegio?

Hoy en día un alto porcentaje de los padres de alumnos pequeños, son padres millenials.

¿Qué es un millennial? Somos todos los que nacimos en los avanzados años 80. Somos nativos digitales, usuarios multidispositivo y multipantalla. Dominamos la tecnología como una prolongación de nuestras manos, pasamos un 80% de nuestro tiempo de ocio, enganchado a las redes sociales y a Internet.

¿Crees que la publicidad convencional es una buena opción para captar la atención de los millennial? Como buena millennial y experta en marketing educativo, te recomiendo que utilices inbound marketing para captar y enamorar a tus clientes, y para que elimines las técnicas obsoletas del marketing tradicional e intrusivo.



2

Escucha a las familias de tu colegio y cumple con todo lo que puedas

Al igual que en una relación de amistad o de pareja, las familias necesitan atención constante. No te confíes solo por tenerles ya como clientes. Riega esa relación como si de una planta se tratase, porque puede morir.

Ejemplos prácticos para que las familias se sientan escuchadas y atendidas:

1. Envía encuestas a las familias cada año con propuestas de mejora.
2. Ten detalles siempre con ellas. Premia su fidelidad. Por ejemplo, si un niño está enfermo llama ese mismo día a ver qué le ocurre.
3. Invítalas a eventos, hazles partícipes del día a día en el colegio, deja que se impliquen todo lo que quieran.



“Consigue que se sientan orgullosos de pertenecer a tu centro educativo.”

3

Crea comunidad

Consigue que tengan sentido de pertenencia. Que estén tan orgullosos de formar parte de tu institución, que les guste llevar puesta la camiseta que lo distingue o tener la pegatina del colegio en su vehículo.

Haga que quieran gritar a los cuatro vientos que están orgullosos de formar parte de tu colegio! El reto está en que parte del valor diferencial del colegio, no solamente esté en la educación, sino en el tipo de familias que hay dentro.

Las actividades para crear comunidad pueden realizarse fuera del ámbito escolar. Tenemos varios ejemplos: torneos de pádel, cuentacuentos, olimpiadas... Los padres y tutores se sentirán parte fundamental de la comunidad.

4 Content marketing

Crea contenido interesante para tu comunidad y consigue que las familias, tanto de tu colegio como de otros colegios, quieran seguir cada *post* que hace tu centro. Tu blog tiene un gran potencial tanto para captación como para fidelización. Atrae mayor tráfico a tu web y a tus redes, y fideliza a tus familias.

Evita subir contenido que podrías subir a la plataforma interna del colegio para las familias. ¡Tu web y tus redes son tu escaparate!

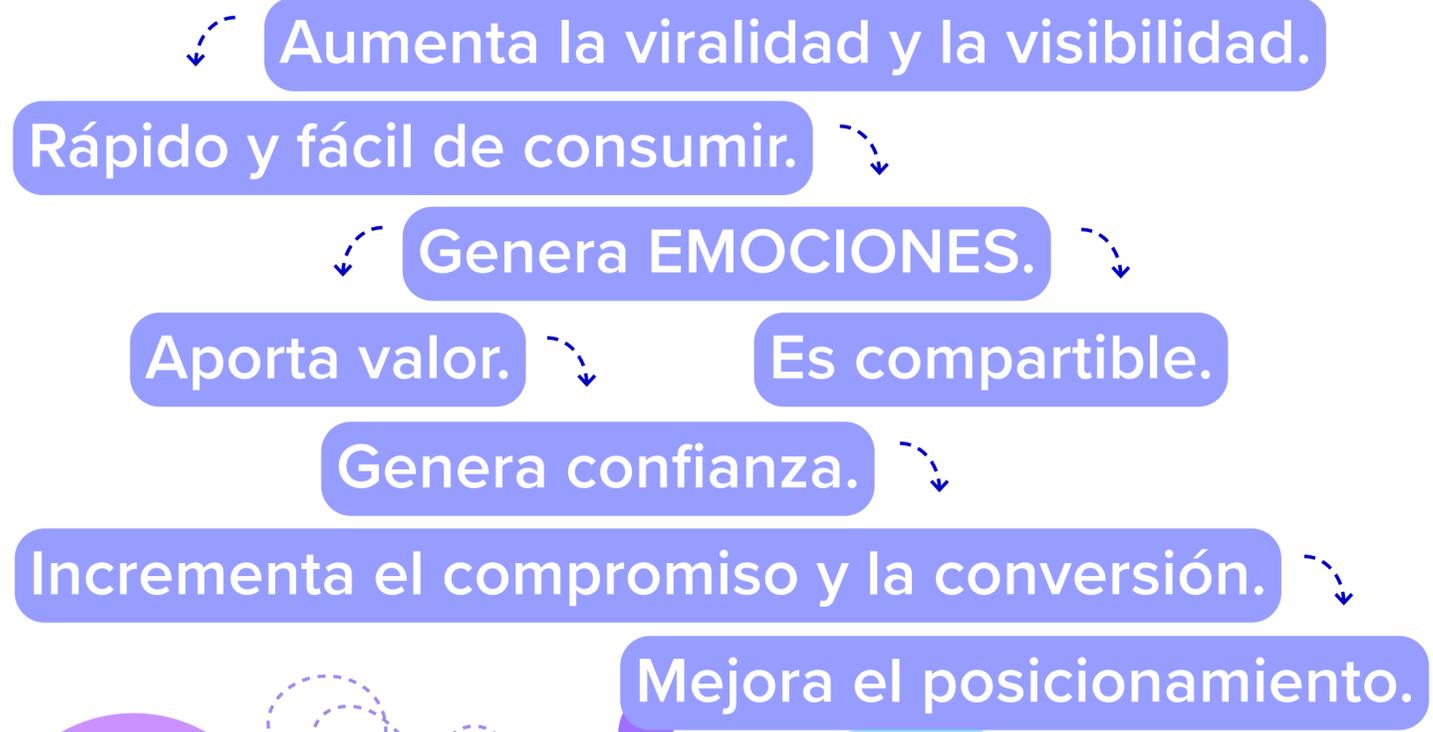
Crea conexión, comunidad y confianza.

5 Video marketing

Una imagen vale más que mil palabras...pero ¿y qué tal 24 imágenes por segundo? Si creas videos con contenido de valor, conseguirás atraer mayor tráfico a tu web y tus redes, y fidelizar a tus familias.

Ejemplos de contenidos: actividades del colegio, *tips* para los padres, funcionamiento del centro, psicología infantil, colaboraciones con otras cuentas...

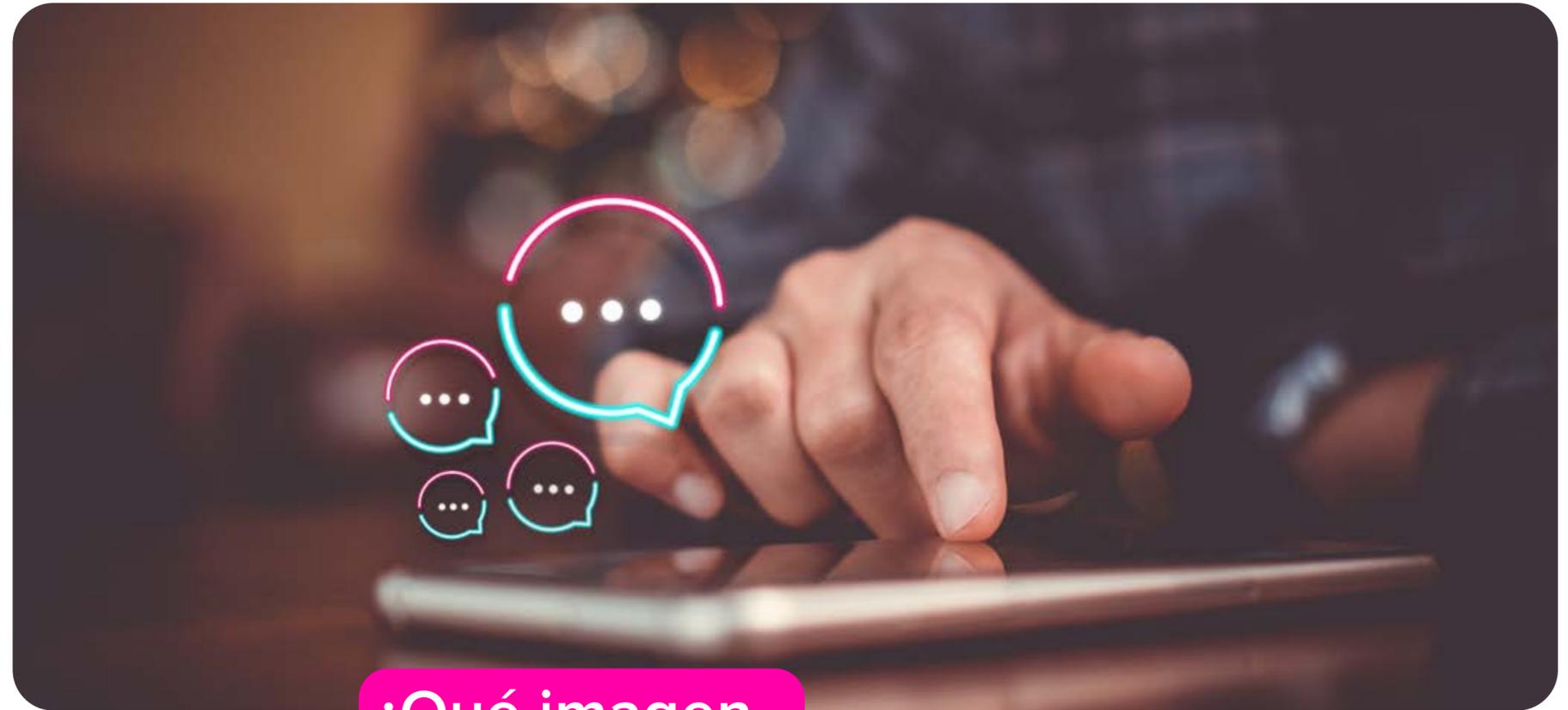
¿Por qué hacerlo?



6 Información y seguimiento continuo

¿Alguna vez te llamaron para una actividad extraescolar y no había plazas?, ¿dónde dejas reflejado ese interés? Crea bases de datos para que cuando surja ese proyecto o actividad, puedas llamarles para mantenerles informados o enviarles un newsletter.

¡No pierdas nunca un lead!



¿Qué imagen proyectarías con este *post*?

Respeto a la infancia + educación consciente

En la fiesta del 31 de octubre, trabajamos con los niños el manejo del miedo, porque en nuestro proyecto damos importancia a la gestión emocional, no solo festejamos.

Aporta contenido de valor que de verdad interese a las familias o clientes potenciales.

7 Seasonal marketing y marketing emocional

Aprovecha los momentos puntuales del año para darle visibilidad a la propuesta de tu colegio.

No aporta valor diferencial un *post* con contenido como "Hoy es el día del deporte y en nuestro colegio le damos mucha importancia". Esto NO te diferencia del resto de colegios. Ejemplo práctico:

Apela a tu proyecto y a las emociones de los padres. Por ejemplo: no enviamos tareas y en verano hacemos un *post* con tareas para disfrutar como comer helado o bañarse en la piscina.

Otro ejemplo práctico:

“Hoy es el día Internacional del yoga”.

Hacemos un *post*, si en nuestro colegio hacemos yoga. No solo deseamos un buen día internacional.

- Día mundial de la alimentación: No tenemos alimentos ultraprocesados en el menú escolar.
- Día del medioambiente: En nuestro colegio tenemos recreos *zerowaste*.

8 Innovación

A los padres millenials ya no nos convence un colegio únicamente por el hecho de “ser religioso” o “privado”, o por sus “supuestos valores”. Lo que realmente nos enamora es un colegio innovador, que despunte por encima de otros centros educativos, y con ello no me refiero a las notas de Evau / selectividad, sino a la forma de educar.

Crea el colegio al que te habría gustado ir a ti cuando eras pequeño. Un colegio vende no solo por sus notas o sus valores, sino por su pedagogía y su manera de educar.

9 El equipo

En cualquier tipo de empresa, lo que consigue que el negocio vaya bien, es el grupo humano que la forma. Por eso es tan importante el equipo de un centro educativo.

Tu valor diferencial no solo es tu proyecto educativo, también lo es tu equipo.

Consigue que los profesores de tu colegio creen contenido propio y lo compartan en sus redes sociales profesionales. No solo tendrá reconocimiento tu colegio sino sus profesores, quienes al fin y al cabo son los que forman a tus estudiantes.

Retroalimenta el orgullo de pertenencia tanto de los padres como de los alumnos y los profesores. También pueden crear contenido para los propios alumnos. ¿Te imaginas que un estudiante de 17 años siga a su profesor y le guste su contenido?



10

Enamora a tus propios profesores

Haz marketing para tus empleados.

Consigue que los profesores de otros colegios quieran trabajar en tu centro. Consigue que los profesores de tu colegio se sientan orgullosos de trabajar en tu colegio.

Ejemplos de cómo conseguirlo:

1. A través de reconocimientos laborales monetarios y no monetarios - reconocimientos públicos.
2. Toma en cuenta su opinión. Si te proponen algo y es factible, llévalo a cabo.
3. Hazles partícipes de las decisiones del centro y del proyecto.

No existe mejor marketing que unos empleados felices con tu empresa.



Si te ha interesado este *post*, quizás te interese leer...

-  **¿Qué presupuesto destinar al marketing de mi colegio?**
-  **5 Trucos para captar padres millennial**
-  **Marketing para escuelas de idiomas**