

SERVICIOS DE MARKETING

Vía de las Dos Castillas 13, bajo 11
28224 Pozuelo de Alarcón
Madrid - España
Tel. (+34) 91 352 77 45
Fax (+34) 91 141 06 81

www.circuloformacion.es
info@circuloformacion.es

SERVICIOS DE MARKETING

Nuestra experiencia de 20 años en el sector de la formación, nos permite desarrollar diferentes acciones de Marketing generando efectivos impactos en los mejores perfiles, en función de los objetivos de las campañas.

Tipo de acciones:

- Acciones en la Universidad especialmente dirigidas a estudiantes de últimos años y futuros alumnos universitarios. Utilizando nuestra amplia red de Colaboradores podemos planificar y llevar a cabo acciones en más de 100 Universidades de toda la geografía española y portuguesa.
- Campañas Online: Realizando acciones de email Marketing y acciones en Redes Sociales, especialmente en facebook donde contamos con más de 40.000 seguidores.

INDICE

1. ACCIONES EN LA UNIVERSIDAD	pag. 2
1.1. CAMPAÑAS PROMOCION - GRADO	pag. 2
1.2. CAMPAÑAS PROMOCION - POSTGRADO	pag. 3
- Descripción de Acciones	pag. 3
- Pegada de Carteles	pag. 4
- Reparto de Folletos	pag. 5
2. ACCIONES ONLINE GRADO Y/O POSTGRADO	pag. 6
2.1. CAMPAÑAS EMAIL MARKETING	pag. 6
2.2. CAMPAÑAS REDES SOCIALES	pag. 7

1. ACCIONES EN LA UNIVERSIDAD

1.1. CAMPAÑAS PROMOCIÓN - GRADO

REPARTO DURANTE LAS PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD (PAU)



Campañas de distribución de material impreso y/o promocional a los estudiantes que se presentan a las pruebas de acceso a la universidad, en cualquiera de las ciudades/sedes españolas de celebración de las citadas pruebas.

Para la ejecución de **campañas** disponemos de equipos de trabajo en **todas las Universidades españolas**.

Opción de realizar segmentaciones a medida, pudiendo **seleccionar** aquellas ciudades o sedes en las que se examinan el mayor número de **alumnos de los mejores colegios privados**.

MECÁNICA DE REPARTO:

Entrega en mano de material impreso y/o promocional el primer día de exámenes, que es cuando los alumnos se presentan a las pruebas de las asignaturas obligatorias, el reparto se hace al terminar el último examen del día, que es cuando los estudiantes están más receptivos.

OPCIONES DE REPARTO:

1. **Reparto de folleto:** Recomendamos que sea de pequeñas dimensiones y con información precisa del centro, programas que ofrece, página web, etc.
2. **Material promocional:** Debe ser pequeño, llamativo, tener alguna utilidad, que se pueda guardar con facilidad y llevar información del centro (web).



EL PRESUPUESTO INCLUIRÁ LAS SIGUIENTES ACCIONES:

- Organización y planificación de la campaña (fechas, lugares, personal, material necesario)
- Localización, selección y contratación de coordinadores de zona y personal de repartos.
- Recepción, almacenamiento y distribución del material promocional, en función de localización, a nuestros equipos de trabajo.
- Coordinación y control de las acciones planificadas en el periodo de campaña.
- Generación de los informes de resultados de la campaña.

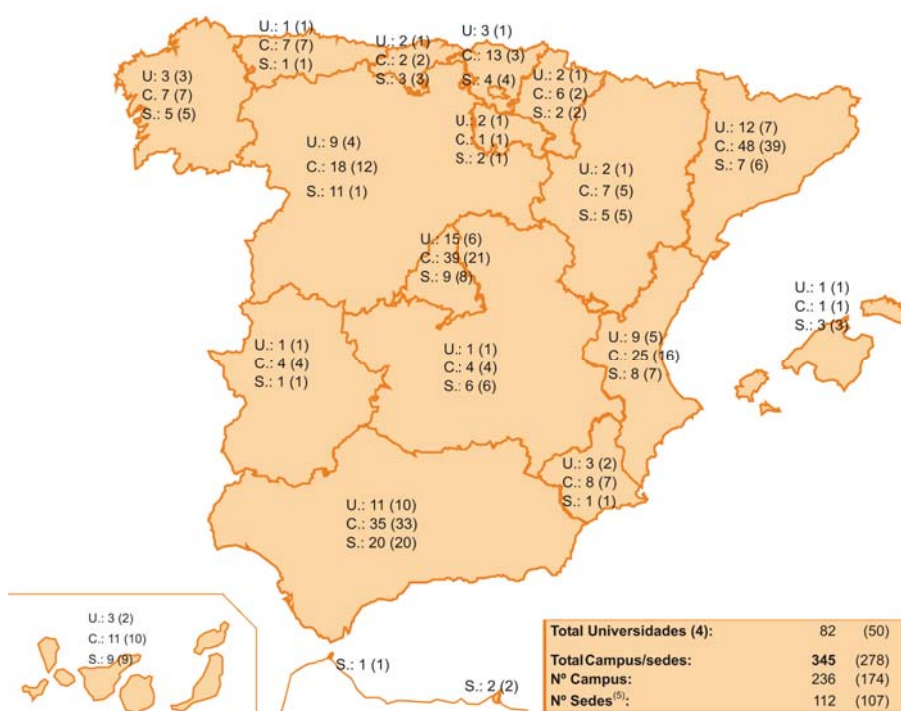


1. ACCIONES EN LA UNIVERSIDAD

1.2. CAMPAÑAS PROMOCIÓN - POSTGRADO DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES

Acciones dirigidas a conseguir presencia del centro en las universidades de las ciudades seleccionadas durante el tiempo que dure la campaña, con la doble finalidad de fortalecer la imagen de la universidad/escuela frente a la competencia y por otro lado promocionar los programas Master objeto de la campaña, impactando directamente sobre un perfil concreto de estudiantes en función de la titulación/es que se quieran promocionar.

Número de universidades, Campus y Sedes Universitarias



AMBITO GEOGRÁFICO

Cubrimos todo el territorio nacional, tenemos personal formado en todas las comunidades, en función de las necesidades del centro podemos seleccionar los estudiantes sobre los que queremos impactar, eligiendo provincia, universidad, enseñanza ... que más interesen en cada caso.

Ej.: Estudiantes de las titulaciones de ADE, DERECHO y ECONOMICAS de Cataluña y Levante, universidades públicas y privadas.

Total Universidades (4):	82 (50)
Total Campus/sedes:	345 (278)
Nº Campus:	236 (174)
Nº Sedes ⁽⁵⁾ :	112 (107)

U: Número de universidades. C: Número de campus de universidades presenciales. S: Número de sedes de universidades no presenciales y especiales.

Ente paréntesis se recoge el número de universidades públicas y el número de campus y sedes en universidades públicas.

TODAS LAS CAMPAÑAS INCLUYEN:

- Diseño y planificación de la campaña (fechas, lugares, personal, material necesario).
- Localización, selección y contratación de coordinadores de zona y personal de pagadas /repartos.
- Recepción, almacenamiento y distribución del material, en función de localización, a nuestros equipos de trabajo.
- Coordinación y control de las acciones planificadas en el periodo de campaña.
- Generación de los informes de resultados de la campaña.

1. ACCIONES EN LA UNIVERSIDAD

1.2. CAMPAÑAS PROMOCIÓN - POSTGRADO PEGADA DE CARTELES



OBJETIVO

Reforzar la imagen de la universidad / escuela como centro de formación de reconocido prestigio y dar difusión de los programas que consideren oportunos.

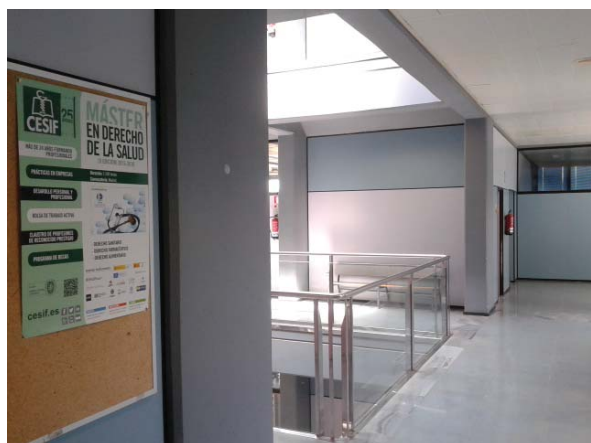
Con la pegada de carteles conseguimos presencia en las ciudades y universidades seleccionadas, con cartelesles colocados en espacios visibles y destacados dentro de las facultades, durante los meses de más afluencia de alumnos a las aulas.



METODOLOGIA DE TRABAJO

Pegadas de carteles en los corchos, tablones y espacios habilitados para ello.

Las pegadas se realizan con el propósito de que los carteles permanezcan el mayor tiempo posible expuestos en los tablones.



CARTEL

Tamaño máximo 70cm de alto x 50cm de ancho.

FECHAS DE PEGADAS

Marzo, Abril, Mayo y Junio.

1. ACCIONES EN LA UNIVERSIDAD

1.2. CAMPAÑAS PROMOCIÓN - POSTGRADO REPARTO DE FOLLETOS

OBJETIVO

Difundir mensajes directos a los alumnos seleccionados por el centro.

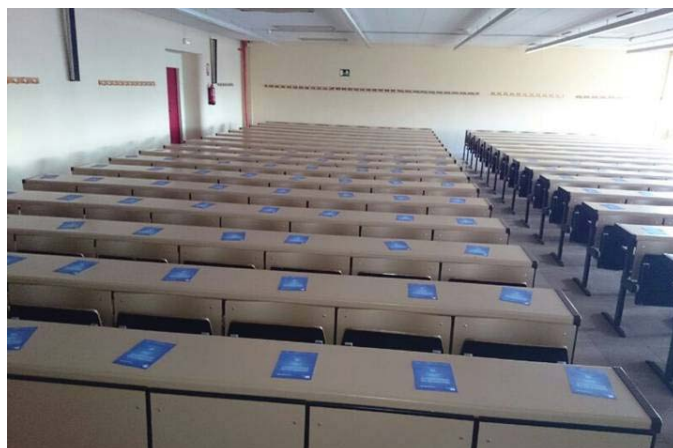
El reparto de folletos es la mejor acción de marketing posible ya que impactamos en el público objetivo pudiendo lanzar mensajes personalizados por carrera y especialidad.



METODOLOGIA DE TRABAJO

Reparto en mano a los alumnos de último curso que asisten a las clases de materias troncales y obligatorias de todas las enseñanzas elegidas, a la entrada o a la salida del aula.

Si es posible se deja el folleto en todas las mesas del aula/s donde se imparte la asignatura antes de que los alumnos entren.



FOLLETO

Pequeño y manejable, que se pueda repartir con facilidad y los estudiantes lo puedan guardar.
Mensaje claro y corto.

FECHAS DE REPARTOS

En clases de segundo semestre de Marzo / Abril
Durante los exámenes en Mayo / Junio



2. ACCIONES ONLINE GRADO Y/O POSTGRADO

2.1. CAMPAÑAS EMAIL MARKETING

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Envío de email personalizado con la imagen del Centro, realizado desde la plataforma de Círculo Formación a los candidatos de nuestras bases de datos de candidatos altamente interesados en realizar un grado o postgrado.



Las bases de datos de Círculo Formación las componen todos aquellos visitantes que, voluntariamente, se han registrado como asistentes a cualquiera de nuestros eventos UNITOUR o FIEP, y a los que dirigimos campañas y acciones de eMail Marketing. Ésto unido a un uso muy limitado de las mismas le confiere a nuestras Bases de Datos una muy alta calidad de los datos recogidos.

En éste sentido, y en estricto cumplimiento de la Ley de Protección de Datos, para poder formar parte de nuestras Bases de Datos los candidatos nos han debido de notificar expresamente que desean recibir información adicional de Centros que impartan Grados o Postgrados.

LIMITACIONES Y EXCLUSIVIDAD DEL SERVICIO

Éste tipo de acciones las ofrecemos de forma muy limitada por el alto interés que tiene para nuestra compañía mantener la calidad de la Base de Datos y la confianza que los candidatos depositan en nuestros servicios.

Las acciones se podrán llevar a cabo exclusivamente en las localizaciones donde el Centro haya participado como expositor en la presente edición de UNITOUR o FIEP.



TIPOS DE SEGMENTACIONES DISPONIBLES

Para éste servicio disponemos de 3 tipos de segmentación disponibles:

- Segmentación por área de estudio de interés (Postgrado)
- Segmentación por localización geográfica (Grado y Postgrado)
- Segmentación por edad del candidato (Grado y Postgrado)

Una vez comunicado el interés en llevar a cabo una campaña, se enviará al cliente las diferentes opciones de segmentación más adecuadas en función del objeto de la campaña, aplicando si fuera necesario combinaciones de los diferentes tipos de segmentación disponibles para cada tipo de público.

2. ACCIONES ONLINE GRADO Y/O POSTGRADO

2.2. CAMPAÑAS REDES SOCIALES

DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN

Desarrollo, planificación, gestión y control de campañas en la plataforma Facebook a un público objetivo definido por el cliente y al que se llega realizando un intenso trabajo de segmentación y creación de contenido e imágenes adecuados al objetivo de la campaña.

Nuestros más de 43.000 seguidores y nuestra gran experiencia en la realización de este tipo de acciones, que desde 2011 llevamos a cabo, aportan a éste servicio unos altos índices de generación de impactos y un gran alcance social de los mensajes.



LIMITACIONES Y EXCLUSIVIDAD DEL SERVICIO

Éste tipo de acciones se realizan en nombre de Círculo Formación (utilizando imagen y marca) y por éste motivo el contenido a publicar será desarrollado por nuestro equipo en cumplimiento con nuestra política de comunicación en redes sociales (veracidad, objetividad, cercanía y naturalidad).

En éste sentido las comunicaciones realizadas tendrán un carácter de "recomendación" y contendrán un lenguaje que genere gran confianza para maximizar los resultados de la campaña.

TIPOS DE SEGMENTACIONES DISPONIBLES

Para éste servicio se podrán realizar múltiples tipos de segmentación entre los que recomendamos:

- Segmentación por localización geográfica
- Segmentación por sexo y edad
- Segmentación por idiomas
- Segmentación por datos educativos (estudios, año de graduación...)
- Segmentación por intereses

Una vez comunicado el interés en llevar a cabo una campaña, se coordinará con el cliente la elección de las segmentaciones más adecuadas en función del objeto de la campaña y comenzando a continuación el proceso de desarrollo y planificación de la campaña.