

¿Cómo optimizar el website institucional de su colegio? Una propuesta desde el Marketing Digital? Por Natalia Tieso¹

Según la Asociación Americana de Marketing², el marketing es la actividad que realiza una organización que ejecuta procesos para crear, comunicar y entregar valor para sus existentes clientes, captar la atención de nuevos clientes y fidelizarlos, mientras genera una experiencia de valor para la sociedad en general.

El Marketing no es una función específica de las organizaciones empresariales y por esta razón, entendemos que las instituciones educativas también realizan tareas de marketing cuando comunican su propuesta de valor a las familias, los alumnos y a su comunidad local.

Gran parte de los contenidos que consumimos hoy están disponible de manera virtual. Como consecuencia, las organizaciones han re-direccionado sus esfuerzos de comunicación tradicional hacia el marketing digital para dar a conocer su marca, sus productos y sus servicios a través de diversos canales en línea como son las redes sociales.

La creación de contenidos que llamen la atención y al mismo tiempo sean relevantes para los miembros de la comunidad es esencial para ofrecer una experiencia de calidad en las redes sociales de las instituciones educativas. Ya no basta con imágenes alegres o colores llamativos, ahora es necesario crear publicaciones significativas y personalizadas para que nuestra audiencia interactúe con nosotros.

En la mayoría de los casos, los colegios poseen una gran puerta virtual para darles la bienvenida a las familias: el website institucional. Para analizar su sitio institucional, se recomiendan los siguientes aspectos:

- Debe ser compatible con dispositivos móviles: si las familias visitan el sitio desde su teléfono móvil y es difícil navegar por él, es probable que no dediquen el tiempo necesario para encontrar lo que buscan y decidan marcharse, sin las respuestas que buscaban.
- Debe ser rápido y ágil: si desea lograr una impresión positiva en las familias que ya son miembros de su comunidad como también atraer a nuevas familias,

¹ Directora para América Latina de la red de colegios bilingües canadienses, Maple Bear Global Schools | Magister en Administración Educativa | Profesora Universitaria de Marketing | Educadora del IB (Organización del Bachillerato Internacional) | Consultora educativa, especialista en temas de liderazgo y desarrollo | www.linkedin.com/in/nataliatieso

² [What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA](#)

entonces su website debe cargarse rápidamente. Nada molesta más que un sitio lento, con imágenes pesadas y videos que no lograr visualizarse.

- Debe tener una estructura simple: si una familia nueva está buscando el botón para agendar una visita o los valores de sus cuotas por ejemplo, no desea perder 5 minutos para encontrar la información. Asegúrese que su sitio tenga una estructura simple de comprender, garantizando que el usuario pueda alcanzar sus objetivos en el menor tiempo posible y con los menores clics posibles.
- Debe estar alineado con la estética de su colegio, transmitiendo una imagen consistente con su marca, que integra los colores y los logos institucionales. Evite los sonidos saturados o imágenes de stock y utilice fotos de alumnos auténticos, con el uniforme del colegio. Incluya las actividades extracurriculares que ofrece su institución, coloque un mapa de las instalaciones o un tour virtual 360° para que las nuevas familias comiencen a familiarizarse con su establecimiento.
- Incluya formas rápidas de contacto con el departamento de Admisiones a través de un simple y breve formulario para agendar visitas, para enviar emails y para enviar mensajes a través de WhatsApp.
- Relacione su sitio a sus distintas plataformas (Blogs, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn) e invite a seguirlo y compartir sus publicaciones en los distintos canales.
- Incorpore una sección de “Preguntas y Respuestas” para que las familias puedan comprender la propuesta de valor de su colegio de manera rápida y clara.
- Jerarquice los testimonios de familias, docentes y ex-alumnos para generar un sentimiento de confianza y pertenencia.

Para aumentar la matrícula de su colegio, posicionarse como colegio líder en determinado segmento, ser pionero en un enfoque específico o simplemente fidelizar a sus familias es importante elaborar un plan de marketing que cumpla con su objetivo específico, desarrollando su estrategia de marketing digital y así lograr captar la atención de su comunidad educativa.