

Marketing

en Instituciones para el trabajo y el desarrollo humano

Esteban Maldonado Cuartas

“Hay que aprender a desaprender”

Antes de dar inicio.....
Vamos a recordar algunos
elementos que son de vital
importancia en todo
proceso de Marketing
estratégico.

En 1900 la cantidad de información que tenían a su disposición los seres humanos se duplicaba cada 1.500 años.

En 1969, cada 50 años

En 1999, cada 5 años

En 2005, cada 39 días

En 2020, se renovará cada 19 días.

William Fintan Bohan

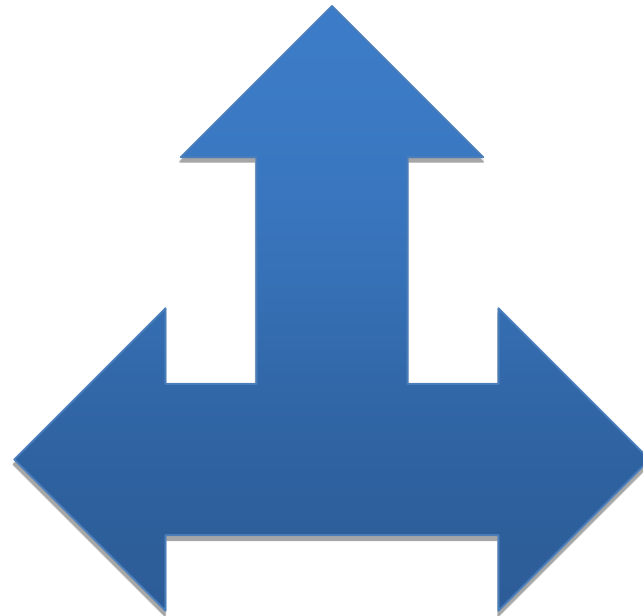
.... Cuales son los objetivos de cualquier organización.....

Supervivencia



Estrategia

Rentabilidad





¿En qué estado están nuestras instituciones?

**¿Qué hacer para que
nuestras instituciones
sean lo suficientemente
competitivas?**

Miremos la siguiente historia...

Un cura va conduciendo, ve una monja parada al lado de la carretera esperando el auto bus, el cura se detiene y le ofrece llevarla al pueblo más próximo. La monja acepta y pone el equipaje en el asiento trasero,

al sentarse su habito se abre un poco
y deja ver una hermosa pierna,
cuando el cura lo advierte casi ocurre
un accidente, consigue controlar el
carro pero no resiste la tentación y
pone la mano en la pierna de ella, la
monja mira el cura y le dice... Padre
recuerde el salmo 129.

El cura retira rápidamente la mano y pide disculpas, pero sus ojos no se resisten en mirar la pierna, por lo que poco después su mano salta de la palanca del cambio esta vez a la rodilla de la monja, Padre recuerde el salmo 129, reitera la monja; el cura contrariado retira la mano y trata de disculparse:

La carne es débil hermana; llegan a su destino y ella mira al cura significativamente y le agradece el favor de haberla acercado a su destino, el cura prosigue su camino y cuando llega corre a ver lo que dice el salmo 129.

Salmo 129:
**“Sigue adelante, inténtalo,
alcanzaras la gloria”**

¿Qué oportunidades hay en el mercado?

¿Ya las vimos?

¿Las estamos utilizando?

¿Las estamos transformando en
acciones?

¿Las estamos convirtiendo en dinero?

¿Estamos haciendo que estés nos den
valor en el tiempo y nos generen mas
estudiantes?

EMC

Marketing Educativo

¿Qué oportunidades hay?

1. "El Estado reconoce la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación...."
2. "Para todos los efectos, la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano hace parte integral del servicio público educativo y no podrá ser discriminada."
3. "Los empleados y trabajadores del sector público o privado podrán solicitar el retiro parcial de sus cesantías de las entidades administradoras de fondos de cesantías para el pago de matrículas en instituciones.."
4. "Los programas conducentes a certificado de Aptitud Ocupacional impartidos por las instituciones de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano debidamente certificadas, podrán ser objeto de reconocimiento para la formación de ciclos propedéuticos por las Instituciones de Educación Superior y tendrán igual tratamiento que los programas técnicos y tecnológicos."

LEY 1064 DE 2006

¿Qué oportunidades hay?

5. El 92% de los clientes insatisfechos no volverá.
6. El 95% de los clientes insatisfechos no suele quejarse.
7. La mayor parte de los clientes de la empresa **están dispuestos a pagar un poco más** a cambio de un mejor servicio.
8. Los negocios con clientes fidelizados incrementan los beneficios, reducen los costes y aumentan la productividad de los empleados.
9. Los empresarios **pierden de promedio cada año entre un 10 y un 18%** de sus clientes generalmente a causa de un servicio deficiente.
10. Los empresarios que han aplicado **programas efectivos de fidelización** y de calidad de servicio **han incrementado sus beneficios entre un 15 y un 24%**.



¿Qué oportunidades hay?

11. Las personas cada día tienen menos tiempo, deben hacer que el tiempo rinda mas.
12. Los estudiantes quieren tener procesos de formación claros, efectivos y sobre todo que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida.
13. En el 2016, un 50% de las instituciones de educación superior realiza articulación de sus programas con los de la educación media, la educación técnica y tecnológica, y la formación para el trabajo y el desarrollo humano.
14. Articular la educación para el trabajo y el desarrollo humano con las actividades de ciencia, tecnología e innovación.
15. En el año 2015 al menos el 50% de las instituciones educativas a nivel nacional contarán con alianzas estratégicas con el sector productivo y la comunidad para desarrollar la formación para el trabajo y el emprendimiento.

Podemos concluir que.....

“La única ventaja competitiva de las organizaciones del siglo XXI es aprender mas rápido que la competencia”

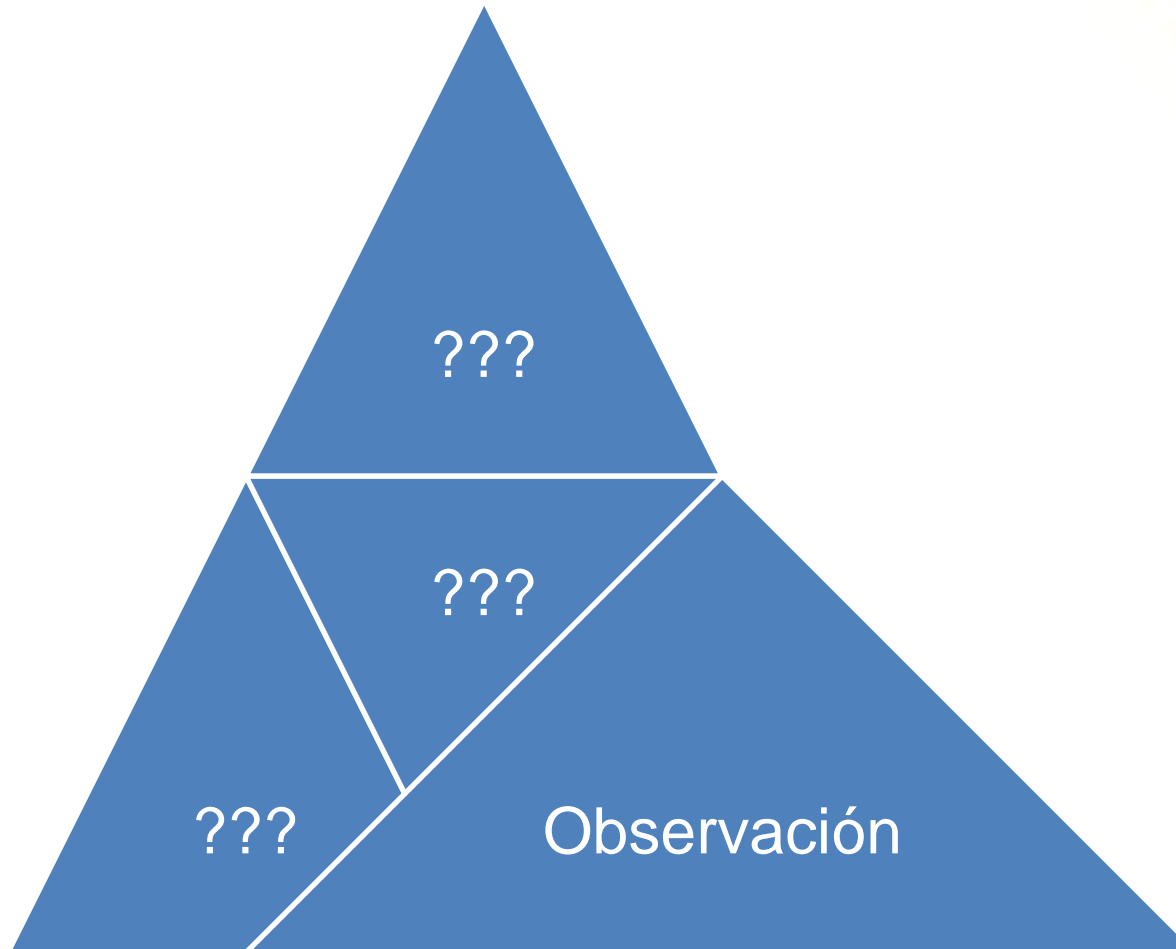
...la quinta disciplina...

Calidad es
coherencia,
entre lo que se
vende, recibe y
se percibe por
los clientes.



[Ver video](#)

¿Cuál es nuestro modelo?



¿Qué es la observación?

Es la capacidad de ver lo oculto, y de transformarlo en grandes oportunidades.



Comportamiento

Los sentimientos

Sus proyectos

Tendencias

Cambios

Gustos

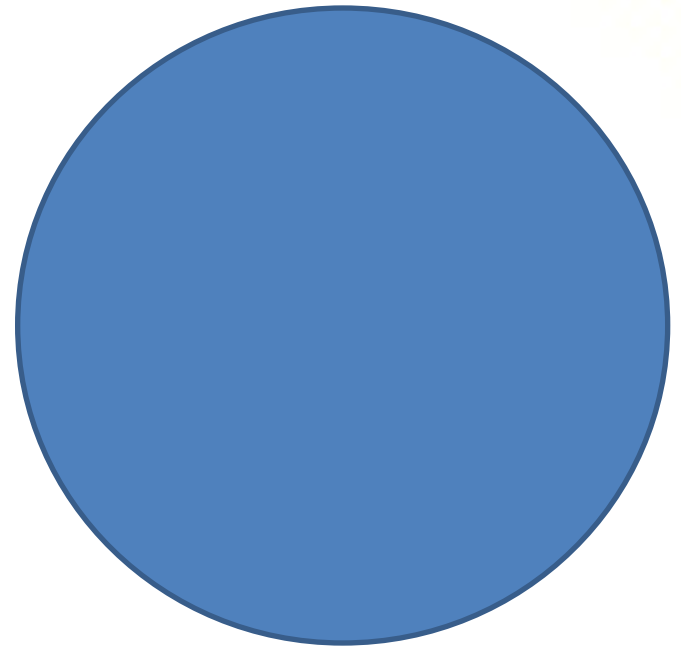
Deseos



Hagamos un
pequeño ejemplo
de lo que es
observar?

Una rebanada de pastel

Divida este pastel en todas las rebanadas que pueda mediante cuatro cortes rectos con un cuchillo largo por la parte superior...



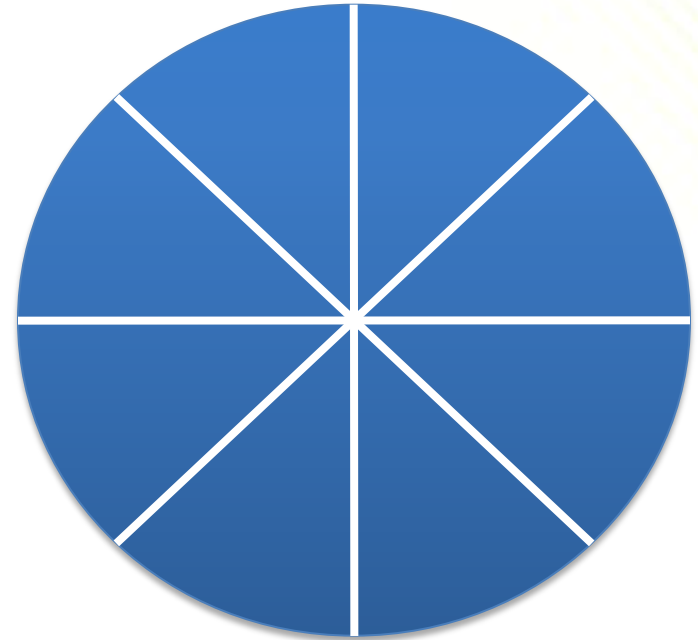
EMC

Marketing Educativo

Segunda Imagen

*¿8
rebanadas?*

*¡Siga buscando para
ver si hay otra forma
de obtener más
rebanadas!*



EMC

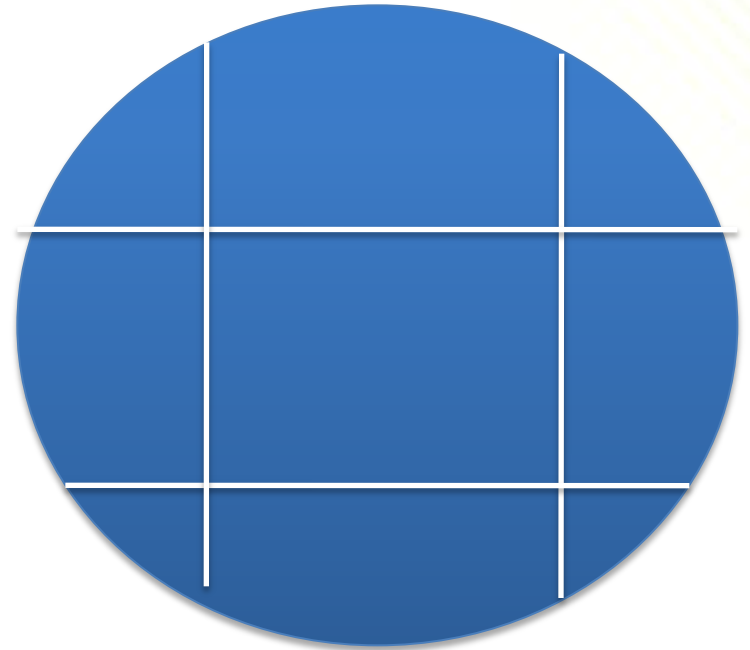
Marketing Educativo

Tercera Imagen

¿9 rebanadas?

¿Es este el número máximo de rebanadas que pueden obtenerse?

¡Siga buscando para ver si hay otra forma de obtener más rebanadas!



Cuarta Imagen

¿10 rebanadas?

¿Es este el número máximo de rebanadas que pueden obtenerse?

¡Siga buscando para ver si hay otra forma de obtener más rebanadas!

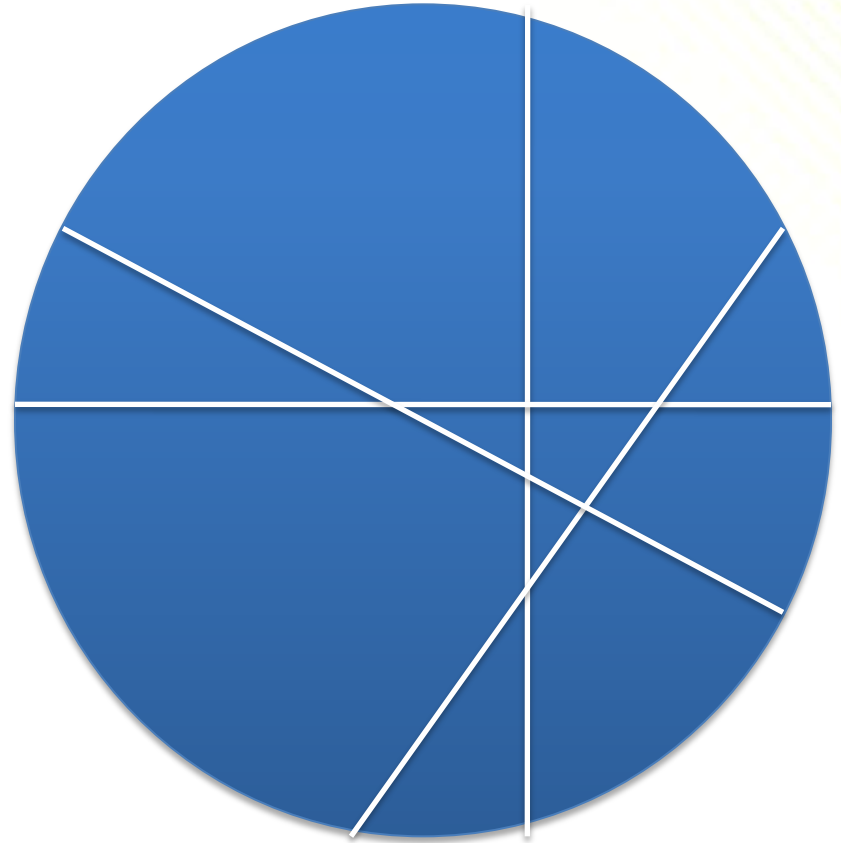


Quinta Imagen

¡11 rebanadas!

¿Es este el número
máximo de
rebanadas que
pueden obtenerse?

***¡SI,
este es el valor de
buscar otras
perspectivas para
resolver una situación!***



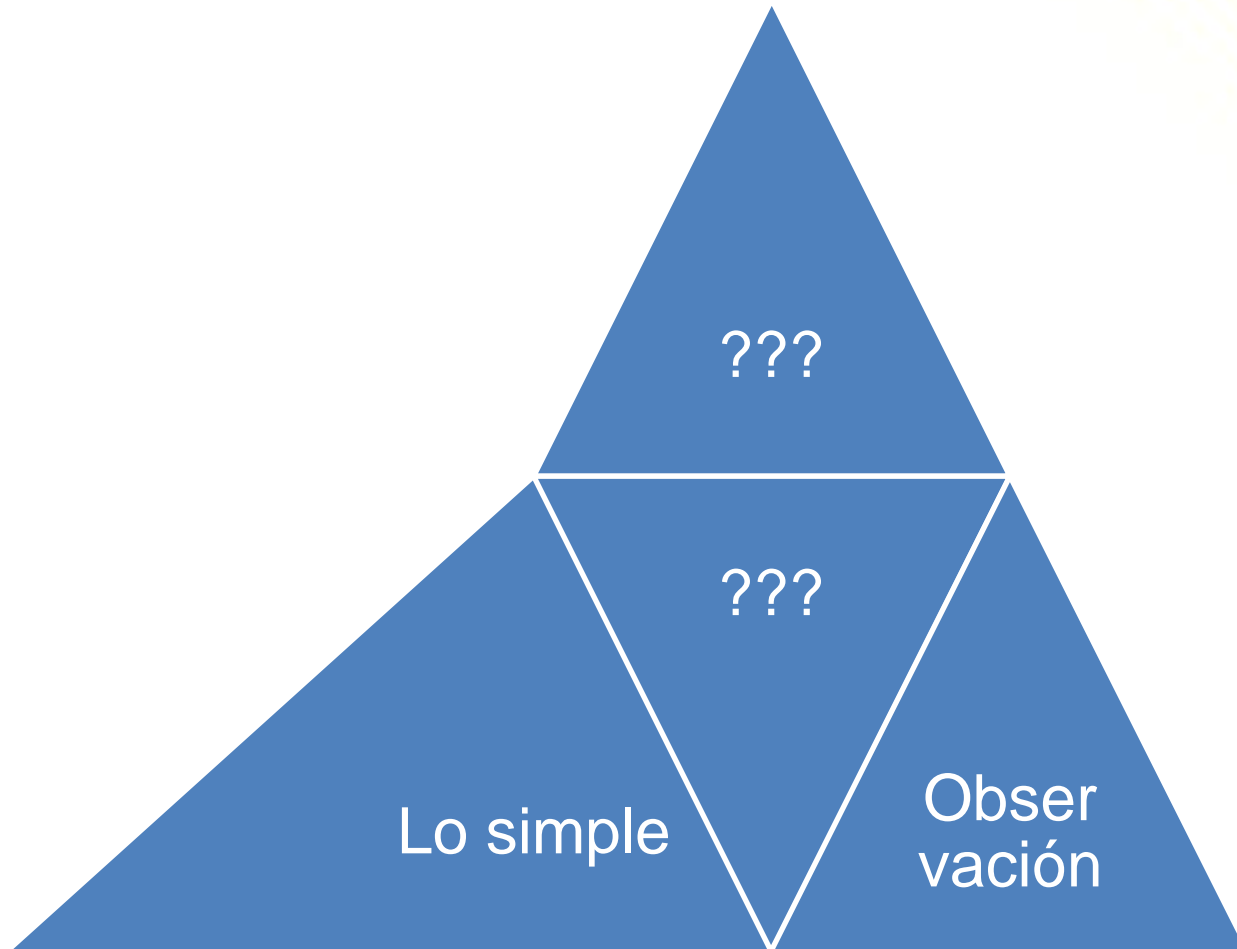
EMC

Marketing Educativo

Conclusión.....

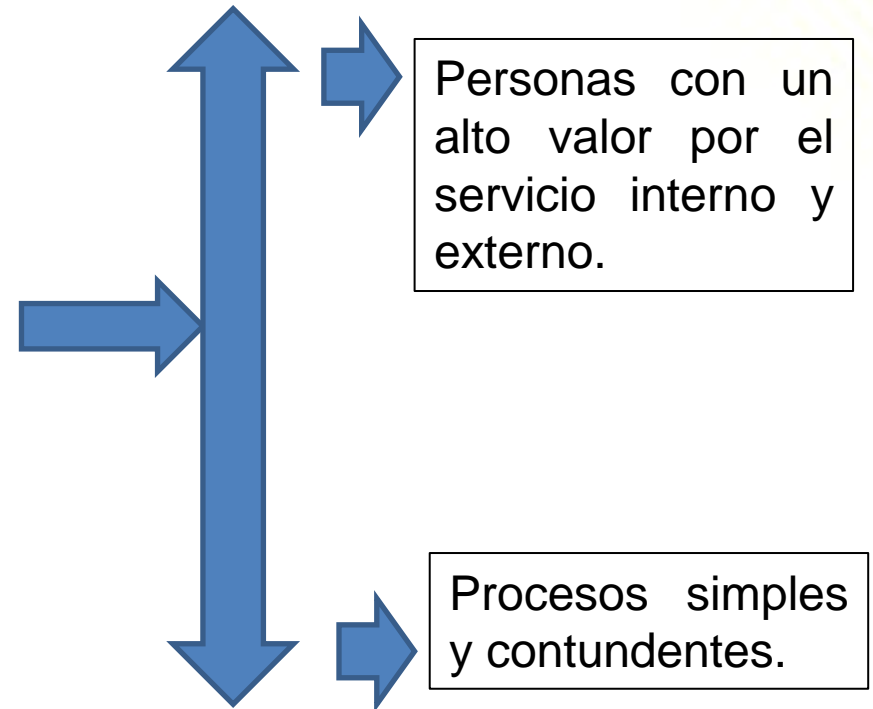
La observación nos permite identificar nuestras reales oportunidades y hace que nuestras fortalezcas tomen el valor necesario para aumentar la satisfacción de nuestros clientes y se aumenten nuestras ventas.

¿Cuál es nuestro modelo?



¿Qué es pensar de forma simple pero contundente?

Es levantar cada una de las restricciones que existan en el proceso, con el objetivo de tener un momento de valor único y verdadero con el cliente.

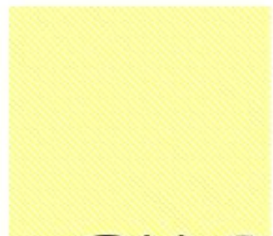
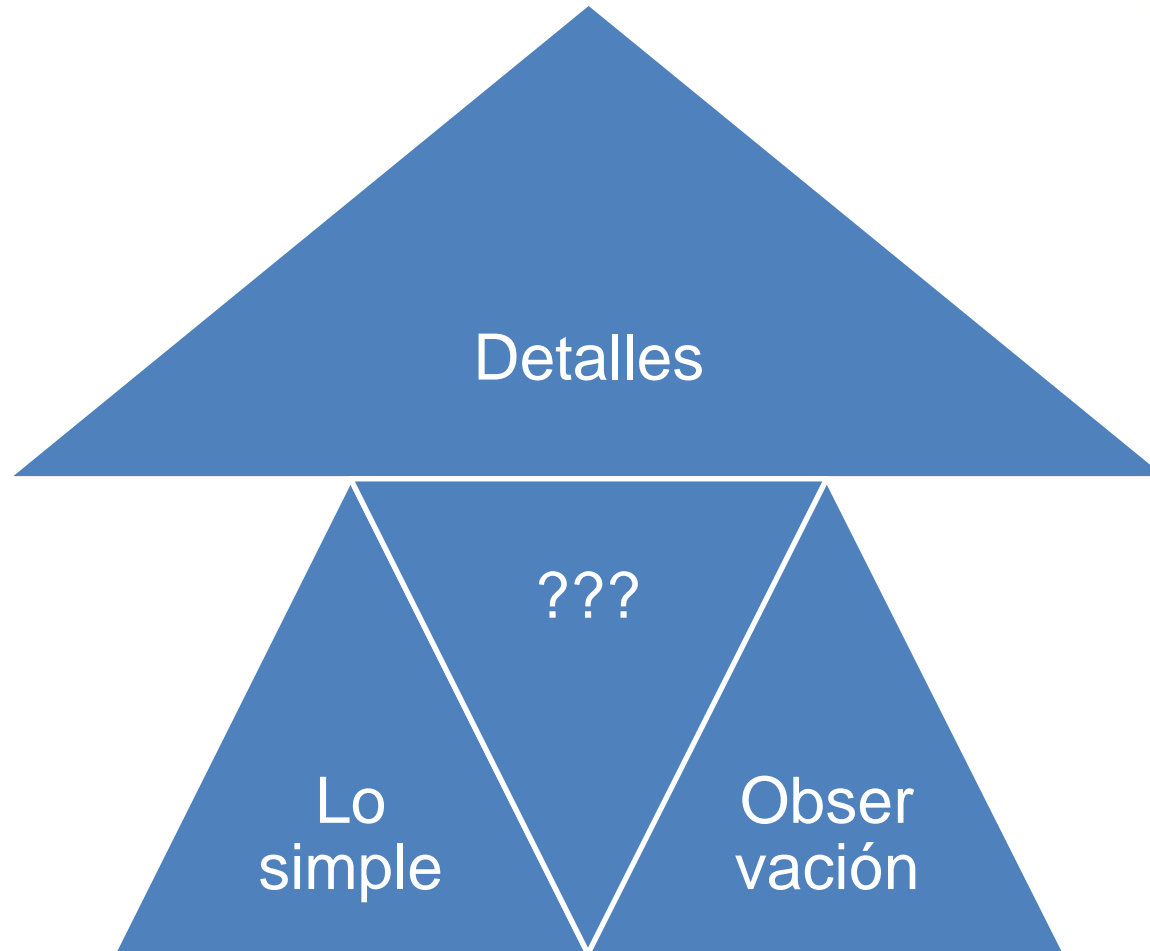


Ejemplo.... caminar

Conclusión.....

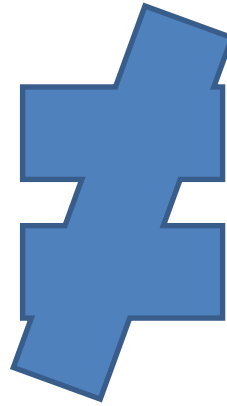
Debemos hacer que todas las personas de la organización se integren, sientan y vivan con la estrategia establecida, esto con el objetivo de construir procesos lo suficientemente sencillos y contundentes que hagan la diferencia de cara al cliente.

¿Cuál es nuestro modelo?



¿Qué son los pequeños detalles?

Los pequeños detalles son aquellos momentos, espacios ó situaciones en los cuales genero a mis clientes experiencias de alto valor, por medio de un conocimiento alto de el y de una excepcional propuesta que lo haga diferente y único entre todos los consumidores.



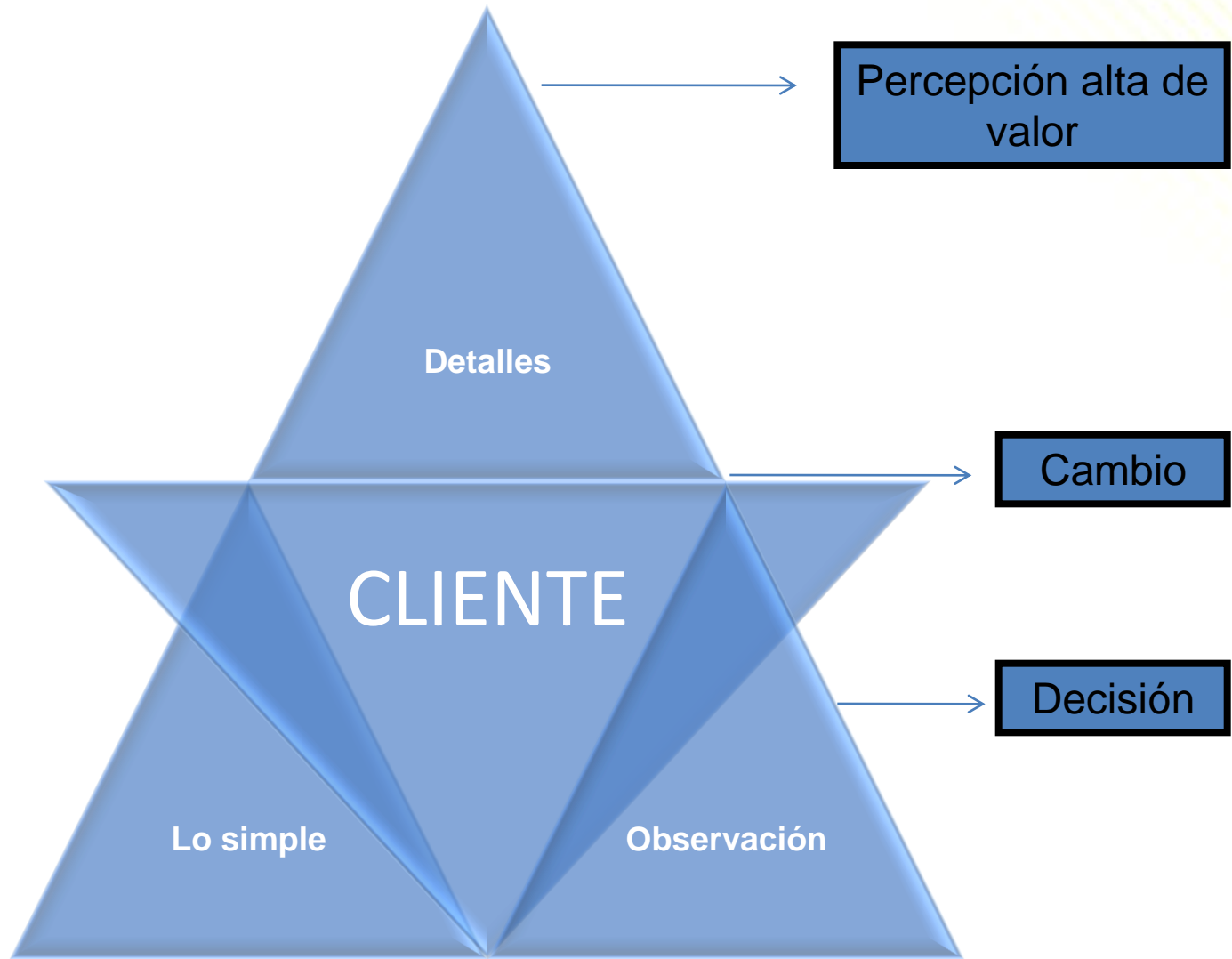
Gastar dinero en estrategias que no se pueden medir, y que lo único que traen consigo son re-procesos y malestar entre nuestros clientes.

Conclusión....

Los pequeños detalles le permiten a la organización generar momentos de mayor de valor, de mayor calidad y de mayor claridad con el cliente, donde el percibe, siente y ve que es importante y adicional a esto donde puede desarrollar sus sueños.

[Ver video..](#)

¿Qué estamos generando?



Conclusión...

Cada mañana en África, sale el sol y se levantan las gacelas.

Saben que deberán correr más rápido que el león más veloz o morirán.

Pero cada mañana también se levantan los leones.

Saben que deberán correr más rápido que la más lenta de las gacelas o morirán de hambre.

El dilema no es si eres león o gacela:

La verdad es que mañana cuando salga el sol tendrás que correr más y mejor.

The logo for EMC (Marketing Educativo) features the letters 'EMC' in a bold, black, sans-serif font. A thick black arrow points from the right side of the 'C' towards the right edge of the slide.

Conclusión final

Ver video



**¿Hay
preguntas?**

Muchas gracias

