







Como siempre



- Gestión del Producto: Las cuatro P
 - Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción
- Gestión del "cliente": Segmentación, público objetivo, posicionamiento
- Gestión de la marca: Branding

El futuro: El marketing basado en valores

1. Tratar a los clientes con amor y a los competidores con respeto
2. Cuando los tiempo cambian, cambia con ellos
3. Deja claro tus valores y no renuncias a ellos
4. Concéntrate en las personas más que en los beneficios
5. Fija precios justos que reflejen tu calidad
6. Que tus futuros clientes te encuentren fácilmente
7. Considera que tus clientes son clientes para toda la vida
8. Todas las empresas son de servicios
9. Mejora tus procesos todos los días en todos los sentidos
10. Los directivos sensatos tienen en cuenta algo más que el impacto financiero de sus decisiones



Dos herramientas de futuro

-El marketing viral:

El "boca a boca" electrónico:
internet, móviles...

-El marketing afectivo:

Fidelizar al "cliente" mediante un contacto personal que permita descubrir a qué es sensible, sus preocupaciones, después de atender a sus necesidades y fijar un precio atractivo



Misión, visión, valores

- Misión: razón de ser de una empresa
- Visión: el futuro; en qué esperamos convertirnos y lo que pretendemos alcanzar
- Valores: Estándares institucionales de conducta de toda la empresa



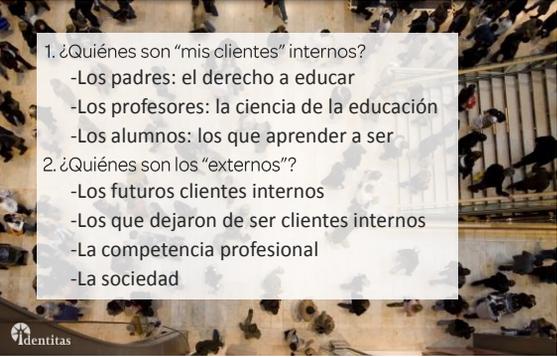
El proyecto educativo: un intangible

- Educar personas, un intangible que hay que materializar
- Educar personas de una en una
- Educar personas integralmente, en sus constituyentes y dimensiones
- Educar personas para hacer un mundo mejor
- Educar personas con personas educadas: padres y profesores



Comunicación "interna" y "externa"

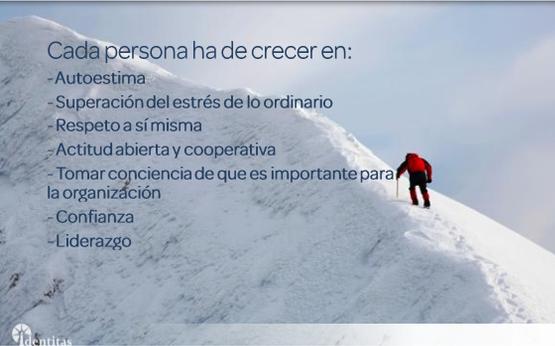
1. ¿Quiénes son "mis clientes" internos?
 - Los padres: el derecho a educar
 - Los profesores: la ciencia de la educación
 - Los alumnos: los que aprender a ser
2. ¿Quiénes son los "externos"?
 - Los futuros clientes internos
 - Los que dejaron de ser clientes internos
 - La competencia profesional
 - La sociedad



En la comunicación interna

Cada persona ha de crecer en:

- Autoestima
- Superación del estrés de lo ordinario
- Respeto a sí misma
- Actitud abierta y cooperativa
- Tomar conciencia de que es importante para la organización
- Confianza
- Liderazgo



Pensar "a lo grande"

- Quienes tienen productos materiales buscan cómo asociarles intangibles
- La educación tiene ya los intangibles, es más fácil materializarlos
- Se comunica lo que se es: autenticidad, primero, SER
- El "suelo" de la educación es la VERDAD, y en ella se aprende a ser LIBRE
- Atrevimiento y creatividad, para descubrir quién puede llegar a ser cada persona



Para hacer desde hoy

- Ir al fondo: quiénes somos y qué hacemos
- Comprobar la forma: cómo lo comunico
- I+D: Estudiar nuevos modos de SER y HACER y nuevas formas de COMUNICAR
- Redistribuir funciones y asignar una partida en el presupuesto
- El futuro será cómo lo hagan presente los alumnos educados hoy





C/ Eiroa, 50, 14 C. 28007 Madrid
T: (+34) 902 482 487
identitas@educapersonal.com
www.educapersonal.com
